

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

“PROPUESTA DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA ÉTICA EN EL BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE LA CIUDAD DE CUENCA”

Tesis Previa a la Obtención del Título de
Licenciado en Ciencias de la
Comunicación Social Mención
Publicidad y Relaciones Públicas.

AUTOR:

EDWIN BOLÍVAR MÉNDEZ GÓMEZ.

CI: 0105188585

DIRECTOR:

DR. BOLIVAR RODRIGO ÁVILA SOLANO

CI: 0100915248

CUENCA-ECUADOR

2017



Resumen

En el Ecuador la participación ciudadana, la ética en la gestión pública y dentro de ellas, en las relaciones públicas, forman parte de la agenda de sus instituciones. Aunque el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca, realiza una labor reconocida, el impacto de su accionar en la ciudad de Cuenca y la provincia de Azuay puede ser aún mayor si se desarrollan adecuadamente las actividades de comunicación. Este estudio pretendió la creación de las estrategias de relaciones públicas de esta institución teniendo como protagonista al ser humano, para lo anterior, fue necesario analizar la ética como una categoría filosófica a partir de la cual se puede jerarquizar las relaciones públicas en función de la responsabilidad y la justicia social en la labor preventiva de la institución como eje transversal de las relaciones públicas. Como resultado de la investigación se desarrolló una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención integrada desde un enfoque ético, para el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca, enfocándose en dos elementos que caracterizan a esta institución: la transparencia de su labor y la prevención contra los desastres a través de la capacitación de sus trabajadores y de la ciudadanía. A partir del resultado de esta investigación, la política de comunicación de esta entidad se encaminará a dar a conocer la labor que realizan sus trabajadores, permitirá estrechar los lazos dentro de la institución, contribuyendo al fortalecimiento de su identidad y a mejorar su relación con el resto de la comunidad.

Palabras claves: Ética, Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca, comunicación institucional, transparencia, prevención



Abstract

In Ecuador, citizen participation, ethics in public administration and within them, in public relations, are part of the agenda of their institutions. Although the Meritorious Fire Department of the city of Cuenca does a recognized work, but the impact of its actions in the city of Cuenca and the province of Azuay can be even greater if the communication activities are properly developed. This study aimed to focus on the man and its communication the public relations strategy of this institution, for the above, it was necessary to analyze ethics as a philosophical category from which can be hierarchized public relations in terms of responsibility and social justice in the preventive work of the institution as a transversal axis of public relations. Because of the research, it was developed a proposal for institutional communication aimed at prevention, integrated from an ethical perspective, for the Meritorious Fire Department of the city of Cuenca, focusing on two elements that characterize this institution: the transparency of its work and the prevention against disasters through the training of its workers and citizens. Based on the results of this research, the communication policy of this entity will be aimed at publicizing the work carried out by its workers, element that it will allow closer ties within the institution, contributing to the strengthening of their identity and improving their relationship with the rest of the community.

Key words: Ethics, Meritorious Fire Department of Cuenca, institutional communication, transparency, prevention



Índice de Contenidos

Resumen	1
Abstract	2
Índice de Contenidos.....	3
Índice de Gráficos	6
Índice de Tablas	7
Cláusula de Derecho de Autor	8
Cláusula de Propiedad Intelectual.....	9
Dedicatoria	10
Agradecimiento	11
Introducción.....	12
Problema	13
Justificación	15
Objetivo general.....	17
Capítulo I: Fundamentación teórica.....	18
1.1. Surgimiento de la Ética Aplicada.....	18
1.2. Tipos de ética aplicada.....	22
1.3. Ética Institucional	25
1.4. Relaciones Públicas	27



Capítulo II: Relaciones públicas y políticas de comunicación	34
2.1 Definición, características y papel de las relaciones públicas en las instituciones.....	36
2.2 Definición y tratamiento de la Políticas de comunicación.	39
2.3 Políticas de comunicación en las entidades de socorro, riesgo y auxilio en el país.....	43
2.4 Políticas de comunicación en las entidades de socorro en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.	46
2.5 Servicios prestados a la comunidad. Valoración ética de su acción social..	48
2.6 Análisis de los documentos que conforman la Ley de transparencia, en particular (informe administrativo 2015 y la rendición de cuentas2015), para resumir los resultados y deficiencias en la gestión de la institución. Con énfasis en la gestión pública.	51
2.7 Análisis de la Guía de prevención, como elemento de las relaciones públicas y de la política de comunicación de la institución.	55
Capítulo III: Metodología	57
3.1. Procedimiento de la investigación	57
3.2 Diseño de los instrumentos	58
Método de Análisis y Síntesis	58
Método inductivo.....	58
Método deductivo	59
Investigación bibliográfica.....	59
3.3 Aplicación de los instrumentos.....	61
Capítulo IV: Presentación de resultados	63



4.1 Aplicación y Discusión de los resultados.	63
4.2 Elaboración de la propuesta:	79
Propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención integrada desde un enfoque ético, para el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.	79
Introducción.....	79
Funciones	80
Consideraciones generales	80
Plan de Comunicación	81
Objetivo.....	81
Objetivos específicos	81
Mensajes	82
Público objetivo.....	82
Estrategia.....	82
Actividades	83
Proyecto de acción comunicativa en caso de crisis	86
Principios de comunicación en caso de crisis del BCBVC.....	87
Conclusiones.....	91
Recomendaciones.....	95
Referencias	96
Anexos	103



Índice de Gráficos

Gráfico 1 Valores que caracterizan la labor de su institución.....	67
Gráfico 2 Importancia concedida a la comunicación desde su entidad, en función de la prevención	68
Gráfico 3 Necesidad de un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención	69
Gráfico 4 Realización acciones para promover valores éticos en las diferentes funciones que desempeña el personal que labora en el BCBVC	70
Gráfico 5 Conocimiento sobre políticas comunicacionales	71
Gráfico 6 Pertinencia de la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios.....	72
Gráfico 7 Caracterización de los servicios que presta el BCBVC a su comunidad.	73
Gráfico 8 Conocimiento de las normas éticas que debe tener en cuenta en su interacción con la población	74
Gráfico 9 Percepción que tiene la comunidad del BCBVC	75
Gráfico 10 Pertinencia de una propuesta de comunicación institucional.....	76



Índice de Tablas

Tabla 1 Personal que labora en el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca	61
Tabla 2 Valores que caracterizan la labor de su institución.	67
Tabla 3 Importancia concedida a la comunicación desde su entidad, en función de la prevención	68
Tabla 4 Necesidad de un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención	69
Tabla 5 Realización acciones para promover valores éticos en las diferentes funciones que desempeña el personal que labora en el BCBVC	70
Tabla 6 Conocimiento sobre políticas comunicacionales	71
Tabla 7 Pertinencia de la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios	72
Tabla 8 Caracterización de los servicios que presta el BCBVC a su comunidad. .	73
Tabla 9 Conocimiento de las normas éticas que debe tener en cuenta en su interacción con la población	74
Tabla 10 Percepción que tiene la comunidad del BCBVC	75
Tabla 11 Pertinencia de una propuesta de comunicación institucional	76
Tabla 12 Riesgos, acciones de prevención y medidas de comunicación	89



Cláusula de Derecho de Autor

EDWIN BOLIVAR MENDEZ GOMEZ, autor de la tesis "Propuesta de políticas de comunicación desde la perspectiva ética en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca ", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social mención Publicidad y Relaciones Públicas. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, enero de 2017

EDWIN BOLIVAR MENDEZ GOMEZ

C.I: 0105188585



Cláusula de Propiedad Intelectual

EDWIN BOLIVAR MENDEZ GOMEZ, autor de la tesis "Propuesta de políticas de comunicación desde la perspectiva ética en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca ", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, enero de 2017

EDWIN BOLIVAR MENDEZ GOMEZ

C.I: 0105188585



Dedicatoria

A mis padres por su incansable apoyo en los momentos más difíciles de mi vida.

Al personal que con valentía labora en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.

A todos quienes buscan y cultivan el equilibrio entre la naturaleza los animales, la existencia y la armonía.



Agradecimiento

Quiero expresar mi agradecimiento a la Universidad de Cuenca y a todos los profesores de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

A los catedráticos de la escuela de Comunicación Social en especial al Dr. Bolívar Ávila por ser parte de este proceso, por su paciencia y colaboración que encaminaron de manera muy significativa la culminación del presente trabajo.



Introducción

Las Relaciones Públicas son un área del saber relativamente reciente, en su desarrollo histórico, ha mostrado una graduación hacia un mejor autoconocimiento y unos modelos de comunicación más éticos. Hoy en día la práctica de las relaciones públicas tiene sus bases en códigos deontológicos, suscitados por asociaciones profesionales en las que se participa de manera voluntaria y la asociación implica la aceptación del código de buena praxis que proceda.

En el Ecuador la participación ciudadana, la ética en la gestión pública y dentro de ellas, en las relaciones públicas, forman parte de la agenda de instituciones, organizaciones y empresas. Las iniciativas a favor de una gestión pública y unas relaciones públicas éticas, participativas, transparentes son claves dentro del país.

La base legal de este proyecto se fundamenta en su la Constitución de la República (2008) que establece en sus artículos:

264. numeral 13, que los gobiernos municipales tendrán la siguiente competencia: Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios.

238 que expresa que, los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los consejos municipales, los consejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.



La Constitución de la República del Ecuador (2008) argumenta, artículos 134, numeral 1 y 136; en correlación a los artículos 54, numeral 1 y 55 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, se presentó el proyecto de Ley orgánica de los cuerpos de Bomberos del Ecuador. En el cual se expresa que el cuerpo de Bomberos del Ecuador es una institución pública que responde a principios y valores íntimamente ligados a la defensa y protección de la vida y el patrimonio de las y los ciudadanos.

La motivación al escoger este tema, fue el explicar la importancia del apoyo de la ética institucional dentro de las relaciones públicas de una institución, para que el trabajo de la institución sea de calidad, cumpliendo con su misión y dinamizando desde la ética el papel preventivo de la institución en la sociedad.

Este estudio es de carácter local, se realizó en la ciudad de Cuenca, en el en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca, con sus jefes y los especialistas de relaciones públicas. Así como todo el cuerpo de trabajadores con que cuenta la institución.

Problema

¿Cómo elaborar una política de comunicación institucional orientada a la prevención, integrada desde un enfoque ético en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca?

A partir del cual se elaboran las siguientes preguntas de investigación:

- ✓ ¿Cómo se puede caracterizar la ética institucional?



- ✓ ¿Cuáles son las estrategias de relaciones públicas en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca?
- ✓ ¿Qué papel desempeña la ética institucional en las políticas de comunicación en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca?
- ✓ ¿Cómo explicar el papel de la ética institucional como eje de la estrategia de las políticas de comunicación en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca?

El problema se manifiesta en la institución a través de dificultades causales relacionadas con:

- Desconocimiento de las dimensiones de la prevención.
- Escaso conocimiento del papel de la comunicación en función de la información.
- Poco desarrollo de la comunicación en función de la persuasión y la prevención.
- Accionar de la organización desde acciones coyunturales.
- Baja eficacia institucional en función de prevención.

Alrededor de la siguiente situación problemática ausencia de una política de comunicación institucional orientada a la prevención integrada desde un enfoque ético.

Estas dificultades tienen manifestaciones en la disminución de las acciones preventivas de la institución, la elaboración de proyectos de acciones frente a los



desastres, los servicios brindados por la institución son limitados, la baja legitimidad de la institución en la comunidad y el déficit en la Institución de la ética como eje de sus relaciones públicas.

Justificación

Este tema de las relaciones públicas ha sido objeto de investigaciones en diferentes universidades de diferentes contextos culturales. En la Universidad Complutense de Madrid, se desarrolló un estudio que se abarca los diferentes códigos de ética de los medios de comunicación. Barroso en el libro Códigos deontológicos de los medios de comunicación, expone un compendio de los diferentes códigos profesionales (Barroso, 1984).

En los Estados Unidos existen más de 200 universidades que poseen facultades de Comunicación y Publicidad donde imparten la carrera de Relaciones Públicas, cuya enseñanza es integral con cátedras teóricas y prácticas realizadas en diferentes agencias de Relaciones Públicas existentes en todo el país. “La corriente norteamericana basa su actuar en los negocios, marketing, lobbyng; toda actividad que ofrezca un alto grado de socialización y negociación” (Arnsperger, 2002, pág. 15).

En el Ecuador desde la Universidad Tecnológica Equinoccial se han desarrollado varios trabajos sobre relaciones públicas y comunicación organizacional medios de comunicación complemento de las relaciones públicas. Así como temas relacionados con el diseño de estrategias de relaciones públicas hacia el desarrollo y respeto de la interculturalidad en los públicos internos y modelos de



responsabilidad social desde una perspectiva comunicacional para diferentes empresas de Quito.

Desde la Universidad de Palermo se desarrolló una investigación sobre ética en las relaciones públicas, con el título “*Proyecto de código de ética profesional para los relacionistas públicos en Ecuador*”, la cual sirve de soporte teórico para la ética en el mundo de las relaciones públicas.

En la Universidad de Cuenca se realizó un estudio congruente con “*Las relaciones públicas y la imagen de CETUR¹, en la comunidad Cuencana (1995-1996)*”. Además desde esta universidad se han desarrollado varias investigaciones que valoran el papel de la ética empresarial o institucional desde diferentes empresas del entorno social de Cuenca.

Todo lo anteriormente comentado señala la importancia del tema de la ética en las relaciones públicas, de la ética en el mundo de las empresas y las instituciones. La ética como eje transversal que atraviesa la actividad humana desde todas las dimensiones, en particular en las relaciones públicas como proceso de interacción y comunicación en este caso desde la perspectiva de una institución.

Se detecta la existencia en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca de diferentes documentos emblemáticos como la reseña histórica, su visión, su himno, los servicios a la comunidad, la ley de transparencia, su sitio Web, y los elementos para el enlace de la comunicación vía email y telefónica. Todos ellos no son suficientes para desarrollar una estrategia de comunicación eficiente y eficaz. Se considera necesario reajustar la estrategia de publicidad de la institución. Y hace necesario colocar con mayor fuerza la ética como eje transversal de la

¹ Corporación Ecuatoriana de Turismo.



estrategia de relaciones públicas, lo que genera la necesidad de la presente investigación. Desde la óptica de que la labor de prevención es la tarea de mayor envergadura de la institución, en ella el papel del hombre es fundamental, su conocimiento y su actividad.

A partir de esta condicionante y el propio conocimiento del investigador se elaboró el siguiente problema:

Objetivo general

Elaborar una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención, integrada desde un enfoque ético, para el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.

Específicos

1. Caracterizar la ética institucional.
2. Identificar las estrategias de relaciones públicas en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.
3. Diagnosticar el papel que desempeña la ética institucional en las políticas de comunicación en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.



Capítulo I: Fundamentación teórica

1.1. Surgimiento de la Ética Aplicada

La ética aplicada es considerada como un nuevo enfoque que surge en 1960 en Estados Unidos. La misma se vincula a situaciones concretas, destacando la resolución práctica de las polémicas morales del ejercicio de la profesión. En el entorno de la ética aplicada se concede relevancia a la toma de decisiones, el contexto y la valoración de las consecuencias en el sector de las prácticas sociales y profesionales. Existen en consecuencia diversos campos de interés de la ética aplicada.

Son diversas las tareas de la ética aplicada:

- 1) Esclarecer en qué radica lo moral en las circunstancias específicas, distinguiendo esto de los restantes campos prácticos como el jurídico, político o religioso.
- 2) Intentar fundamentar lo moral aportando las razones para que haya moral o bien denunciar que no la hay.
- 3) Intentar la aplicación de los principios éticos descubiertos a los distintos ámbitos del campo profesional en cuestión.

Otro elemento fundamental es que las decisiones, según la ética aplicada deben ser tomadas por los afectados o en consecuencia por sus representantes que son considerados interlocutores válidos.

Al hablar de ética necesariamente tenemos que hablar de filosofía, debido a que la ética pertenece a esta esfera del conocimiento. Si por moral hay que entender el conjunto de normas o costumbres (mores) que rigen la conducta de una persona



para que pueda considerarse buena, la ética es la reflexión racional sobre qué se entiende por conducta buena y en qué se fundamentan los denominados juicios morales.

Según Adela Cortina (1998), estudiosa del tema, con la que se coincide plenamente, la ética es:

...un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en un sentido racional; es decir, pretende que obremos racionalmente. A diferencia de los saberes preferentemente teóricos, contemplativos, a los que no importa en un principio orientar la acción, la ética es esencialmente un saber para actuar de un modo racional. Para actuar racionalmente en el conjunto de la vida, consiguiendo de ella lo más posible, para lo cual es preciso saber ordenar las metas de nuestra vida inteligente. (Cortina A. , 1998, pág. 17)

La filósofa española sostiene la racionalidad del ámbito práctico y el carácter universalista de la ética. Son reconocidas sus obras por su dedicación al tema de la ética en las empresas. Dentro de sus trabajos se encuentra *Ética de la empresa*, escrita en 1998, en la que propone una ética cívica, entendida la empresa como modelo comunitario, y a su vez que describe las claves de la nueva cultura ética.

Sin embargo, según la investigación de Eduardo Córdova Torres (2015), la ética aplicada se encarga del análisis de las acciones morales llevadas a cabo por el hombre, afectado por el medio a su alrededor, estas acciones pueden ser concretas o controversiales. Es importante resaltar que la ética de una persona está influenciada por su carácter y la voluntad que le coloque a cada una de sus actuaciones, las cuales serán el resultado de su perfil moral en su existencia, y también a los valores asimilados o infundidos que le favorezcan llevar un



comportamiento civil y asumir decisiones conociendo lo bueno y lo malo de ellas, evitando afectarse a él mismo y a los demás.

A estas dos percepciones también se contraponen la del Doctor en Filosofía, Ricardo Maliandi (2012), quien expresa que la ética aplicada se establece obligatoriamente en la interdisciplinariedad. Según este estudioso, las problemáticas específicas de la ética aplicada implican elementos que sólo conoce y opera como se debe, alguna ciencia particular. Sin embargo, ese conocimiento, aunque imprescindible, no resulta suficiente para la solución de esos problemas. Aquí es necesario el concurso de la ética pura, sobre todo en cuanto a ética normativa, la cual no es un mero estudio de normas, sino que contiene en sí misma la normatividad.

La ética es normativa de la actividad humana en orden del bien; reflexiva, porque estudia los actos no como son, sino como deberían de ser y es práctica ya que se enfoca al campo de acción humano (Morales, 2012, pág. 87).

A mediados del siglo XX surge en los países con tradición occidental lo que con el tiempo vino a llamarse "éticas aplicadas".

Las éticas aplicadas surgen por su vínculo con las esferas de la vida social, como forma de saber y actuar, como respuesta multidisciplinar a los imperativos de la realidad.

El problema de la fundamentación de lo moral seguía siendo el tema principal de la ética, pero junto a él, empezaba a ganar terreno la necesidad de aplicar a la vida cotidiana lo ganado en el proceso de fundamentación, la necesidad de diseñar una ética aplicada a las distintas esferas de la vida social, que daría lugar



a las distintas éticas aplicadas: las biotecnologías, las dimensiones de las organizaciones empresariales, la actividad económica, el desarrollo de los pueblos, el ejercicio de las profesiones, la estructura de los medios de comunicación, la educación en la ciudadanía, las instituciones y otras cuestiones que desde la vida cotidiana buscaban respuestas.

Los rasgos de la ética aplicadas son según Fontela (2013):

...el lenguaje y reflexión filosófica aplicada a los problemas cotidianos; ámbito de prescripción a las cuestiones exigibles por una ética cívica; las elaboran expertos y afectados que aportan al debate sus convicciones e intereses y se construyen desde diversas teorías éticas y tratan de describir los principios en los distintos ámbitos y averiguar cómo debe modularse. (Fontela, 2013, pág. 21)

Adela Cortina (2013) investiga sobre la ética y sobre las éticas aplicadas en uno de sus trabajos realizados sobre este tema, plantea acerca del surgimiento de las mismas: “las éticas aplicadas nacieron por un imperativo de la realidad social que necesitaba respuestas multidisciplinarias en sociedades moralmente pluralistas” (Cortina A. , 2013).

La definición que ofrece la Enciclopedia de Filosofía Routledge (2015), establece que la ética aplicada se diferencia de la ética en general por su específico enfoque sobre hechos de índole práctica. Ésta contiene, a la ética médica, la ética ambiental y la evaluación de las implicaciones sociales del cambio científico y tecnológico, así como cuestiones de política en áreas tales como el cuidado de la salud, los negocios o el periodismo. También se ocupa de los códigos y las responsabilidades profesionales en tales áreas. Los problemas éticos concretos como la confidencialidad, el decir la verdad o los conflictos de interés que pueden surgir en alguna de estas áreas.



Las instancias de las éticas aplicadas se iniciaron por comisiones de expertos de las distintas esferas sociales (con un enfoque multidisciplinar en la búsqueda de la excelencia) surgen los códigos de ética, las auditorías éticas y la intención de buscar la autorregulación); la opinión pública (elabora respuestas éticas para cuestiones abiertas) y la responsabilidad de la filosofía por su época y por su futuro.

Establece cuatro rasgos de las Éticas Aplicadas (Cortina A. , 2013)

1. Lenguaje y reflexión filosófica aplicada a los problemas cotidianos.
2. Limita su ámbito de prescripción a las cuestiones exigibles por una ética cívica.
3. No las elaboran los filósofos en solitario, sino expertos y afectados que aportan al debate sus convicciones e intereses.
4. No se construyen desde una sola teoría ética, trata de describir los principios en los distintos ámbitos y averiguar cómo debe modularse en los distintos ámbitos.

1.2. Tipos de ética aplicada

Lo concreto de cada ética aplicada, lo que le proporciona su distintiva idiosincrasia, son los bienes internos que busca la actividad correspondiente, los principios de nivel medio que sitúan moralmente la acción, los valores que es preciso alcanzar y las virtudes que interesa cultivar para tener la posibilidad de alcanzar los bienes internos.

Dentro de las éticas aplicadas podemos señalar, el surgimiento de los diferentes tipos:



Bioética

Según Postigo (2015), el vocablo bioética parte de un origen etimológico bien conocido: bios—ethos, usualmente traducido por ética de la vida. El creador del término, V.R. Potter, oncólogo de origen holandés, percibiendo el dominio que tenían las variaciones ambientales en la salud del hombre, propuso el término con el propósito de unir a través esta nueva disciplina dos elementos que hasta ese momento habían cursado caminos distintos: el mundo de los hechos, de la ciencia, y el mundo de los valores, y en especial la ética.

Ética y comunicación

Se refiere al escenario de la comunicación, específicamente a la trasmisión de la información de un sujeto a otro, de medios a las masas, en vínculo con marcas, en relación con públicos o cliente y otras formas concretas. En relación a la ética, en el marco comunicacional, es fundamental tener en cuenta que la misma debe entenderse a discreción, de acuerdo a objetivos que no sean manipuladores a partir de varios principios como: 1) la posibilidad de acceder directamente a las fuentes; 2) la libertad de creación y edición de datos informativos, así como el derecho a recibirlos; 3) por último, la difusión de informaciones y opiniones (Cuenca, 2010).

Ética económica

La ética económica es considerada como la "ciencia acerca del orden moral de la cooperación social del hombre para satisfacer sus necesidades vitales y culturales" (Menchaca, 2012). Según Panchi (2014), la ética y la economía se han mostrado proverbialmente como contrapuestas, de acuerdo con esto, si se busca



el interés particular se llega a lo inmoral y si la persona se atiene a lo moral se abandona el interés particular. En tal sentido, la ética económica toma dos direcciones: una, la preponderancia de la ética sobre la economía y la otra, del imperialismo de la razón económica. La ética económica posee varios principios como son el bien común y el Principio de Subsidiariedad y Autonomías Sociales.

Ética empresarial

Se refiere al comportamiento ético en el marco de una empresa, englobando todo lo referido a la información, el comportamiento, las políticas y cultura empresarial. Es el comportamiento contra la corrupción empresarial y la mala gestión de los recursos dentro de este escenario.

Ética del desarrollo

Esta se relaciona al desarrollo local o regional. Tiene que ver con el respecto de los recursos locales, ya sean materiales o humanos aun cuando se pretenda el desarrollo. Es un tema que se relaciona también a la ética en las comunidades, donde puede suceder que en pos del desarrollo económico se deje de lado y se afecte el patrimonio, tangible o intangible, las tradiciones, costumbres y otros elementos relacionados a lo local.

Ética medioambiental o ecológica

Según Franco (2010), la ética ecológica, es comprendida como una ética "del medio ambiente", en la cual se establece que los seres no humanos también poseen valor moral reconocido en función del todo biótico. La ética ecológica es una ética global, que coloca al ser humano como parte de un medio en el que comparte su existencia con otras especies y con una esencia física que soporta y hace posible la vida.



Ética de la ciencia

Se refiere al uso adecuado de los resultados científicos. También se relaciona al tema del uso o caminos que encuentra la ciencia para obtener determinados resultados. Este no puede ir en detrimento de las personas, e incluso, para el caso de los animales existen regulaciones en el uso de los mismos para experimentos científicos.

Ética política

El tema de la política y la ideología son aspectos que contienen siempre un competente ético fundamental. Ello sucede porque en posiciones de poder los políticos tiene opción de manipular, desviar recursos y tomar partido por acciones que afecten a las mayorías en función de obtener bienes o poderes por encima de los pueblos.

Ética profesional

La ética profesional comprende las especificidades de las diversas profesiones. Ya sea en el caso de la medicina, con el tratamiento de los pacientes, en el caso de docentes en el trato con estudiantes, en el caso de los militares en el uso del poder o la fuerza, la ética es un componente fundamental. Cada profesión posee sus propios códigos de acuerdo a los riesgos que cada labor requiere.

1.3. Ética Institucional

Las instituciones crean códigos de ética con el objetivo de enrumbar a sus miembros en el trabajo de alta calidad técnica y proteger también la corrección de hábitos y comportamientos. Se demandan disposiciones para reconocer y juzgar la dimensión moral de los problemas o dilemas y apelar a los principios y valores que proporcionan su resolución.



De la misma forma, el aumento de la complejidad en las tareas institucionales provoca la aparición de retos nuevos que sitúan a prueba prácticas, supuestos y relaciones interpersonales arraigadas y no discutidas que solicitan ser revisadas colectivamente.

A su vez se reconoce que “la dimensión institucional de la ética económica constituye a su vez un subconjunto de la ética social: que examina las instituciones que regulan directa o indirectamente el intercambio y la producción de bienes y servicios” (Arnsperger, 2002). Explica que esta ética social otorga un lugar privilegiado a la teoría de la justicia social entendida como el conjunto de principios que rigen la definición y la distribución equitativa de deberes y derechos entre los miembros de la sociedad, centrada en las instituciones sociales.

Según Bañares (2011) la ética institucional se refiere “a la orientación que se tiene que dar al directivo de las instituciones, a la configuración de sus organizaciones y a la forma de dirigir sus hombres” (pág. 147) Ello significa que el renacimiento de la ética se hace peculiar a la manera de direccionar y de trabajar así la presencia de la ética en la institución está relacionada al modo en que ésta se manifiesta en la sociedad. Por ser la institución un organismo integrado por hombres y, por ello, integrado a un contexto social concreto. De tal manera que cuando una organización institucional decide asumir un sistema de valores, que orientan su actividad, su proceder, estos valores tiene una significación social, que a largo plazo retorna a la institución. Desde la interacción social institución-sociedad, es que se configura la aportación de las instituciones al contexto espacio temporal en que se desarrollan.



La ética institucional abarca “la cultura de la institución, la actualización de las propuestas, las restricciones, el comportamiento de la comunidad de personas dentro de la institución y la relación de la institución y el entorno social” (García, 2011, p. 541). Desde esta definición se centra la ética institucional alrededor del comportamiento.

Otros entienden la ética institucional como “las formas de percibir y de asumir compromisos con el mercado, con la división del trabajo, el intercambio de bienes y de servicio, y la función de prestar servicio público” (Vareal, 2009, p. 16). Con lo cual este autor destaca la necesidad de otorgarle un lugar prioritario a la ética incidiendo en los procesos individuales y colectivos que se suceden en la empresa.

También aparece en la literatura la explicación de la ética institucional a través de dos líneas (Sen, 2005):

1. El papel y la efectividad de la institución (como hacerlo más funcional de forma eficaz e inteligente).
2. Las formas institucionales deseables, en que la institución sea codirigida e implique diferentes valores dirigidas de forma colectiva.

La ética como núcleo es lo que determina la funcionalidad de las instituciones. Porque la moral determina el marco ético de las instituciones, ella determina el comportamiento social e individual de los integrantes de la institución.

1.4. Relaciones Públicas

El inicio de las relaciones públicas se remonta a los comienzos de las primeras civilizaciones. Ello es así porque el hombre desde estos inicios manifestó la



necesidad de comunicación con otros y de persuadir a otros en función de determinados propósitos.

En un principio las relaciones públicas se relacionan al escenario de las ciencias políticas, sentando las bases en el consentimiento de unos hombres por otros en la labor de adquirir determinado poder o actuar sobre determinado escenario. Sin embargo la primera mención específica y técnica que se conoce sobre relaciones públicas corresponde a Dorman Eaton. Este abogado y profesor de la Yale University en 1882 nombra sus conferencias "The Public Relations and the Duties of the Legal Profession", donde aborda de manera general la necesidad de concebir un enfoque humanístico al área empresarial de los negocios.

Algunos de los principales hitos en la historia de esta disciplina son:

- Justo en 1946, con la caída de estos regímenes totalitarios europeos, surgen las asociaciones nacionales que agrupan a los profesionales de las relaciones públicas. La primera de ellas se creó en los Países Bajos (López, 2013).
- En 1948 Gran Bretaña crea el Instituto de Relaciones Públicas (López, 2013).
- En los años 1950 surgieron asociaciones en Grecia, Bélgica, Suiza, Italia y España, entre otros países (López, 2013).
- En 1955 se funda la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA) (López, 2013).



- En los años 1960 las asociaciones se agrupan en una organización, la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP) (López, 2013).
- En 1960 se crea la FIARP (Federación Interamericana de Relaciones Públicas), reconocida por la OEA (López, 2013).
- En 1984 se convierte en la CONFIARP (Confederación Interamericana de Relaciones Públicas) al sumarse España (López, 2013).
- En 2001 Natalia Martini crea el Primer Portal de Relaciones Públicas (RRPPnet) (López, 2013).

Las Relaciones públicas en sus siglas RR. PP., deben ser consideradas el conjunto de acciones de comunicación estratégicas dirigidas a lo largo del tiempo para el fortalecimiento de los vínculos entre los públicos con el propósito de lograr consenso, fidelidad de los mismos y apoyo hacia la organización en el presente y a futuro.

La misión de las Relaciones públicas es crear vínculos entre la institución, la comunicación y sus públicos reales o potenciales. Es por ello que este tipo de estrategia utiliza diversos instrumentos, técnicas o formas de llegar a su objetivo, siempre en dependencia y teniendo en cuenta el contexto específico y las condiciones o características de los sujetos implicados en el proceso.

Como disciplina de la comunicación las Relaciones públicas utilizan contenidos o se apoyan de contenidos de la publicidad, la psicología, el marketing, entre otras.



De todas estas disciplinas o saberes vinculados a la comunicación las Relaciones públicas adoptan estrategias de obtención y transmisión de información.

Las relaciones públicas en la actualidad se relacionan en materia de vínculos de “doble flujo (bidireccionales): comunicación (dimensión del diálogo), entendimiento (conocimiento compartido), acuerdo (actitudes compartidas) y comportamiento complementario en el tiempo”.

Como las relaciones públicas se relacionan con la comunicación estratégica responden a un modelo IPCE formado de pasos como la Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación. A partir de esos momentos las relaciones públicas contribuyen a la formación y gestión de la identidad corporativa así como a la construcción de una imagen en los públicos. Entre las funciones de las Relaciones Públicas se encuentran:

- Gestión de las comunicaciones internas
- Gestión de las comunicaciones externas
- Funciones humanísticas
- Análisis y comprensión de la opinión pública
- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas

Entre las herramientas que se utilizan en las relaciones públicas se encuentran:

- La organización de eventos
- El lobbying



- Planes de responsabilidad social
- Relaciones con los medios de comunicación

Una definición importante que se relaciona con las Relaciones públicas es la de Público, precisamente. Este es un término que designa a un conjunto de personas que se relacionan a través de afinidades o intereses comunes. A partir de estos intereses y del papel que ocupan estas personas en relación a la organización se pueden determinar tipos de público:

Interno: aquel que se encuentra propiamente dentro de la organización y en relación estrecha con la misma. Tal es el caso de los trabajadores o empleados, los accionistas, etc. Este público debe conocer a fondo la identidad de la organización e incluso la imagen deseada de la misma.

Externo: es aquel público que no posee relación estrecha con la organización como es el caso de los competidores, entidades económicas, etc.

Mixto: Se compone de los usuarios que se encuentran en una posición intermedia con respecto a los anteriores. Pueden ser clientes, proveedores, la familia de los trabajadores de la organización, entre otros.

Además de la definición de públicos debe contemplarse la de Target Group. Este es el público objetivo, concreto al que apuntan las relaciones públicas de la organización. El mismo es el segmento concreto del mercado que puede o ha demostrado estar interesado en el servicio o producto que se realiza en la institución, empresa u organización.



Los clientes de la organización pueden ser de dos tipos: reales o potenciales. Los primeros son aquellos que se encuentran consumiendo el servicio o producto de la organización y los segundos son aquellos que potencialmente pudieran estar interesados pero aún no son consumidores reales. Es muy importante además esclarecer que en la identificación de los clientes o públicos potenciales se deben tener en cuenta las condiciones socioculturales de estos usuarios.

Otros conceptos asociados a las relaciones públicas son el de imagen e identidad. La imagen es la percepción que los usuarios, clientes o públicos poseen de la marca, producto o servicio, así como de la organización. Esta es la imagen percibida que en situación de buen trabajo comunicacional se relaciona o es coherente con la imagen deseada, que es la que la organización pretende o desea transmitir.

Entre las ventajas que posee una imagen bien definida se encuentran:

- La identificación
- La diferenciación
- La referencialidad
- La preferencia

La identidad por otra parte, es el conjunto de rasgos que posee ese producto, servicio u organización, complementado en formas de hacer, cultura organizacional, políticas comunicacionales, etc. La identidad se conforma de los rasgos históricos de la organización, de sus elementos identitarios visuales y culturales en general. Cuando imagen e identidad se encuentran coherentes entre



si la gestión estratégica de la comunicación es mucho más viable en relación con los públicos de la organización. Es decir, este no recibe imágenes segmentadas, aisladas o dispersas sino un único mensaje comunicacional fuerte, coherente y concreto.



Capítulo II: Relaciones públicas y políticas de comunicación

En la actualidad, una de las características de la sociedad imperante es que esta se basa en organizaciones. Entre estas podría citarse escuelas, hospitales, bancos, instituciones militares, iglesias, supermercados, partidos políticos, etc. Es válido destacar que las referidas organizaciones, a diferencia de otros conjuntos humanos, nacen en un período fijo y son fundadas con el propósito de favorecer la satisfacción de necesidades de la sociedad o de algún grupo de ella.

La función social de las organizaciones ha sido decisiva en el progreso de la civilización. En su interior se han acrecentado los bienes y servicios, se han generado ideologías Empresariales u organizacionales, se ha estimulado la especialización y profesionalización, se han distribuido poder y oportunidades, se han adaptado, creado, y divulgado nuevas tecnologías con contribuciones significativas en la evolución de todas las ciencias, se han perfeccionado la calidad de vida y se ha favorecido el bienestar (Albab Alencar, 2013).

Sin embargo, en ocasiones, pese a la labor desarrollada por los miembros, la organización sufre dilemas de incomprensión o apatía por sectores de la sociedad que ponen en conflicto su labor. Estas situaciones son distinguidas como problemas de Relaciones Públicas y la existencia de concepciones erróneas respecto a una organización puede traer consigo desprestigio o imagen desfavorable ante el público.

De acuerdo con lo anterior, el despliegue de una buena labor de relaciones públicas determina en buena parte la cara que mostrará una organización hacia la



sociedad. En tal sentido, las comunicaciones son un buen punto de partida, pues son medios importantes de transacciones o lazos entre las unidades que crean los sistemas. Las comunicaciones y no el poder son la principal influencia organizadora de la sociedad mundial" (Burton, 2013, pág. 44).

En consonancia con lo anterior, la comunicación en marketing es comunicación persuasiva a través de la cual una organización dispone seriamente sus mensajes y maneja los canales que supone más apropiados para desplegar un efecto conjeturado sobre la actitud o comportamiento de un público específico (Ayuntamiento de Durango, 2011).

Para que una comunicación sea exitosa, se debe llevar a cabo de una manera planeada y continua en un espacio de tiempo. Además, debe tenerse en cuenta un proceso de planificación de dicha comunicación.

Estableciendo una analogía, con las nociones antes expuestas, analistas sustentan que las políticas de comunicación son un instrumento primordial para la planificación eficaz de la comunicación institucional.

Siendo la política un principio o fundamento raigal para la implementación de cualquier plan o estrategia que se desee implementar, esto debido a que no sólo genera coherencia en el accionar comunicacional, sino porque explicita las aspiraciones que se desea desarrollar desde la comunicación (Exeni, 2011, pág. 34)

A partir de estas nociones se desarrolla el presente capítulo, donde se buscará estudiar los diferentes conceptos relativos a las relaciones públicas, a las políticas de comunicación de forma general y como parte de las entidades de socorro de



Ecuador. También, se desarrollará una valoración ética de la acción social del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca. Así como un estudio de documentos con relación al tema de investigación.

2.1 Definición, características y papel de las relaciones públicas en las instituciones.

Las Relaciones Públicas son una disciplina cuya presencia es fundamental dentro de las instituciones pues contribuye al trabajo estratégico en la comunicación de toda organización.

Cualquier empresa, movimiento asociativo, partido político, o asociación patronal necesita saber con quién se está relacionando, gestionar actividades con ellos, estar al tanto de lo que desean y cumplir con las expectativas de ese público de acuerdo a los objetivos de la organización. En este caso, las entidades públicas también necesitan interactuar con sus públicos para instaurar vínculos placenteros mutuos.

Según Boiry (2014) las relaciones públicas tienen un importante papel en el ámbito profesional, pues se trata de una actividad ligada al mundo industrial y se adapta a las características de aquel. Son la respuesta a una necesidad sociológica de acercarse a los colectivos en situaciones en las cuales es primordial comunicar determinados proyectos o concepciones.

Para Bernays (2013) las relaciones públicas son un campo de acción que se relaciona con la interacción entre un grupo, un individuo, con los públicos de los que depende. De acuerdo con esto Bernays (2013), caracteriza a los expertos de relaciones públicas como científicos sociales, desde el punto de vista de que su acción está muy orientada al entorno social de las instituciones.



En tal sentido, las funciones que deben realizar las relaciones públicas son:

- ✓ Definir los objetivos comunes entre organización y sus públicos (Castillo, 2010, pág. 18).
- ✓ Asesorar como experto sobre las relaciones con esos públicos y que sean satisfactorias para las dos partes (Castillo, 2010, pág. 18).
- ✓ Intentar descubrir, por medio de la investigación, qué ajustes o desajustes hay entre la organización y sus públicos (Castillo, 2010, pág. 18).

Para lograr lo anterior, Castillo (2010) plantea transformar el comportamiento o las actitudes para que coincidan con las perspectivas del público, de manera que la institución consiga obtener las metas propuestas que se resume en cómo facilitar al público un conocimiento claro de la organización.

De manera general, los objetivos específicos de las Relaciones Públicas son:

Consolidación y proyección de la imagen de la organización

Generar opinión pública

Comunicación de doble vía con los sectores involucrados

Publicidad institucional de la empresa

Afianzamiento del factor humano

Servir de apoyo al área de comercialización

Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa

Difusión a nivel de prensa

Ceremonial y protocolo



Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores

Prevenir conflictos y malas interpretaciones

Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social

(AgenciasdeComunicación.org, 2011)

Para Miguel González (2008), el objetivo primordial de las relaciones públicas es la fomentación de confianza en su entorno público y fortalecer esa confianza constantemente. De acuerdo con los tipos de público; los objetivos de las relaciones públicas se clasifican en:

Objetivos con los públicos internos.

Objetivos con los públicos externos.

Objetivos con los públicos internos: la formación o constitución del "grupo empresa", o sea, que todos los integrantes de la organización, se conviertan en un grupo de personas que tengan un objetivo común e interaccionen entre sí (González, 2008).

Objetivos con los públicos externos:

- Fragar una imagen positiva en dichos públicos permitiendo que estos desarrollen simpatía hacia la entidad y manifiesten su apoyo y comprensión.
- Lograr, a través del diálogo, la correspondencia de intereses entre la institución y sus distintos públicos para provecho de ambas partes.



- Robustecer las relaciones con las comunidades donde funcionen las organizaciones, a partir de la proyección social o responsabilidad social institucional (González, 2008).

Por otro lado, Bernays (2013), piensa en las relaciones públicas como una ocupación asesora en comunicación, o sea, un experto que brinda su experiencia a una organización. Eso especifica que no coexiste una relación directa con la organización. Para ello, Bernays utiliza la expresión “consultor en relaciones públicas”, donde a los profesionales se les pide combinar dos tipos de aptitudes: la generalista y la especializada.

No hay duda que las relaciones públicas se encargan de precisar la estrategia de comunicación de las instituciones. Comunicación que comprende a todas las partes de estos procesos complejos y que permite enlazarlos con un bien común. Esa aspiración teleológica puede efectuarse desde una posición que favorezca prestar atención a la institución de una manera integral. Esa posición se alcanza desde la dirección, ámbito donde deben situarse las relaciones públicas.

2.2 Definición y tratamiento de la Políticas de comunicación.

Cuando se habla de políticas de comunicación, el análisis no se remonta a muchos años atrás y los primeros en pensar sobre esto fueron los países más desarrollados. Estos primeros acercamientos teóricos, llamó la atención de la UNESCO que en 1972 efectuó en su sede la primera reunión de especialistas acerca de políticas y planificación de la comunicación. Posteriormente, se llamó a la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en



Argentina, con el objetivo de oficializar el debate y aclarar lo que hasta ese momento se había concertado: este encuentro nunca se realizó (Beltrán, 2012).

Luís Ramiro Beltrán Afirma, "una guerra sin cuartel contra nuestras proposiciones, por considerarlas atentatorias contra la libertad de información, fue desatada desde fines de 1974 por las agrupaciones empresariales de prensa, radio y televisión del continente" (Beltrán, 2012, pág. 75).

Este propio investigador expone una definición para la política de comunicación: "conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales, organizadas en un conjunto coherente de principios de actuación y normas aplicables a los procesos o actividades de comunicación de un país u organización" (Beltrán, 2012, pág. 65)

En tanto, el venezolano Guido Grooscors (2013), antiguo Ministro de Información en ese país, expone como características de estas políticas:

- Para su formulación se necesita conocer el sistema y sus procesos comunicacionales. Partiendo de que en las naciones latinoamericanas preexista un régimen global de comunicación, entonces se deberán tomar en cuenta dos subsistemas: el subsistema interpersonal (de relación directa) y el impersonal (de masas).
- Toda política requiere guiar una actuación colectiva. Las normas establecidas deben ser tomadas en cuenta por entidades sociales, por grupos formales de individuos destinados a la comunicación.
- Existen factores que necesitan atención; en tal caso, la disponibilidad de medios de comunicación, la repartición de los medios de comunicación, la accesibilidad a esos medios y el uso efectivo de los que se brindan.
- Son ineludibles las políticas y la proyección de la comunicación pues las estrategias que brinda la misma se desaprovechan en diferentes sectores.
- En los últimos años, el concepto tradicional de comunicación ha pasado a ser un tema de debate, en particular en América Latina. El planteamiento tradicional más conocido considera la comunicación como un proceso de transmisión de experiencias (relativas al conocimiento, las actitudes y el comportamiento) de una o más personas a otra persona o personas. Por lo



mismo ha prevalecido la idea de que la persuasión constituye el principal objetivo de la comunicación (Grooscors, 2013, pág. 65).

En el caso concreto de Ecuador, la constitución que entró en vigor el 20 de octubre del 2008, establece la comunicación y la información como derechos humanos esbozándose un grupo de derechos y libertades, los cuales se traducen en otras leyes políticas que guíen el nuevo sistema comunicativo en esta nación.

La decisión gubernamental de contar con una ley de comunicación llamó la atención de diversos sectores de la sociedad civil relacionados con la comunicación (Cutimbo Lozano, 2011).

Organizaciones nacionales como la Coordinadora Nacional de Radio Educativa y Populares de Ecuador, los colegios de periodistas, las facultades de comunicación como la de la Universidad Central, organismos internacionales como CIESPAL, ALER, entre otros, se congregaron en grupos para diseñar una propuesta de iniciativa legislativa. El 14 de junio de 2013, la Asamblea Nacional de Ecuador aprobó la Ley Orgánica de Comunicación (Serrano, 2013).

En su artículo 71 esta legislación plantea:

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;



4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.
8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

Al igual que una nación, necesita una ley de Comunicación que democratice y regule este proceso a nivel de país. Los comunicólogos Beltrán y Grooscors establecen que las organizaciones o instituciones, sean privados o públicas también necesitan políticas comunicativa que regulen su interacción en esta materia con sus públicos, tanto internos como externos.

Según Albab Alencar (2013) es importante recordar que las organizaciones no logran existir incomunicadas, aisladas de la colectividad, del público. Todos precisan de la colaboración y la comprensión de la comunidad. El conocimiento de la importancia de contar con el interés y el soporte del público es imprescindible para toda institución, este llevó a la elaboración de un procedimiento de entendimiento: las Relaciones públicas.

Sin embargo, el desarrollar este sistema, no puede llevarse adelante de forma desorganizada y sin normas que regulen el proceso. En tal sentido, Albab Alencar (2013) propone un plan como herramienta de la programación que vislumbra una proyección de operaciones a ejecutarse de manera concreta y coherente. De



acuerdo con esto, los planes se definen a partir de los criterios de jerarquía, permanencia o área de acción; también debe tenerse en cuenta los recursos disponibles para su implementación.

Es en este fortalecimiento de la imagen de una institución donde entran a jugar un papel fundamental las políticas de comunicación, que asumiendo nuevamente los conceptos ofrecidos por Beltrán:

Son instrumentos normativos para fomentar la elección y la frecuencia de un comportamiento dado y para obstaculizar la aparición de otro determinado. Indican las posibilidades de actuación lícita y también las prohibiciones. Son, pues, agentes de socialización y de control social. (Beltrán, 2012, pág. 87)

Este grupo de disposiciones tanto positivas como negativas reglamentan el comportamiento social en relación con fenómenos o situaciones comprometedoras. Las políticas comunicacionales son establecidas por entidades, públicas o privadas con el objetivo de regular la comunicación que establecen con la comunidad y así establecer la protección de su imagen corporativa.

2.3 Políticas de comunicación en las entidades de socorro, riesgo y auxilio en el país.

Ecuador es una nación precursora en la gestión de riesgos de desastres. A partir de las inundaciones de 2008 el Gobierno Nacional se posicionó a la cabeza de la respuesta humanitaria y de los procesos de recuperación con un enfoque de reducción de riesgos. Ese año, vía referéndum, se aprobó una Constitución que contiene la reducción de riesgos como mandato constitucional y como segmento del Régimen del Buen Vivir o Sumak Kawsay.

Constitución de la República del Ecuador:



Artículo 389 de la Constitución de la República del Ecuador, El Estado protegerá a las personas, las colectividades y la naturaleza frente a los efectos negativos de los desastres de origen natural o antrópico mediante la prevención ante el riesgo, la mitigación de desastres, la recuperación y mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales, con el objeto de minimizar la condición de vulnerabilidad. (Asamblea Constituyente , 2008)

En abril del 2009, a partir del Decreto 1670 se asigna a la Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos las competencias, atribuciones, funciones, representaciones y delegaciones que la Ley de Defensa contra incendios establece para el Ministerio de Bienestar Social, hoy Ministerio de Inclusión Económica y Social. Este organismo se plantea como el ente regulador a nivel nacional de las políticas de prevención, respuesta y coordinación ante los riesgos generales que pueda afrontar el Ecuador sus objetivos como entidad exponen:

Asegurar que el Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos sea preventivo, integrador, flexible; que posea canales de comunicación abiertos, basados en la definición de responsabilidades y en institucionalización de la gestión de riesgos en toda la estructura del Estado, con participación de la ciudadanía y del sector privado (Secretaría de Gestión de Riesgos, 2016).

Coordinar la investigación y estudios pertinentes para el desarrollo e implementación del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos (Secretaría de Gestión de Riesgos, 2016).

Coordinar y realizar las acciones necesarias para reducir vulnerabilidades para prevenir, mitigar, atender y recuperar efectos negativos derivados de emergencias y/o desastres en el territorio nacional (Secretaría de Gestión de Riesgos, 2016).

Fortalecer en la ciudadanía y en las entidades públicas y privadas capacidades para identificar los riesgos inherentes a sus respectivos ámbitos de acción, informar sobre ellos, e incorporar acciones para reducirlos (Secretaría de Gestión de Riesgos, 2016).

Por otro lado, las políticas de comunicación de las instituciones públicas están directamente relacionadas con los Ministerios a los que responden. Por ejemplo el Ministerio de Salud, tiene su Dirección Nacional de Comunicación, Imagen y



Prensa cuyo trabajo es asesorar a nivel nacional la administración de la comunicación Institucional, mediante la definición y ejecución de estrategias, planes y programas en el marco de la Política Gubernamental y los lineamientos del Ministerio de Salud Pública (Ministerio de Salud Pública, 2016).

En el caso de la Policía Nacional del Ecuador, en su proyecto por establecer su identidad corporativa, resaltan en su misión y visión su compromiso de satisfacer las necesidades comunicacionales del público interno y de la comunidad. Entre las políticas comunicacionales que manejan se plantea:

- Crear y fortalecer canales y flujos comunicacionales, para obtener la adhesión ciudadana y confianza del público interno (Dávila Yépez, 2016).
- Ejecutar las actividades de comunicación social y relaciones públicas, que permitan proyectar las políticas, objetivos y proyectos de la Policía Nacional, hacia la comunidad y público interno (Dávila Yépez, 2016).
- Diseñar y ejecutar herramientas de comunicación integral, que permitan contar con el apoyo de los medios de comunicación social, prensa, radio y televisión (Dávila Yépez, 2016).
- Realizar el monitoreo de medios de comunicación, que permita recabar información, para retroalimentar y buscar estrategias necesarias para precautelar la imagen institucional (Dávila Yépez, 2016).
- Receptar quejas y sugerencias de la ciudadanía a través de los diferentes canales y herramientas de comunicación, y proponer la acción a seguir (Dávila Yépez, 2016).
- Crear y asesorar en el manejo adecuado de la comunicación interna y externa y brindar apoyo a las campañas e iniciativas de comunicación, que se originen en las diferentes Direcciones Generales, Direcciones Nacionales, Comandos zonales, Comandos Provinciales, Comandos Distritales, Circuitos y unidades especiales (Dávila Yépez, 2016).

En otra instancia, cada institución a nivel macro tiene establecido su propio Manual de Imagen Corporativa, que regula la comunicación interna y hacia los públicos externos.



El manual forma una guía para el manejo y presentación de mensajes institucionales y contiene directrices para la promoción de la identidad corporativa de la Contraloría General del Estado (Contraloría General del Estado, 2014).

El Manual Integral de Identidad Corporativa e Imagen Institucional presenta estrategias orientadas a coordinar los medios y canales de divulgación de las dependencias de cada institución, definir una identidad corporativa, y unificar normas en la promoción de los eventos institucionales, culturales y ceremoniales, organizados por dicha institución. Estos manuales se plantean para crear una cultura de la comunicación, con cánones de presentación, de mayor coherencia y unidad, a través de una cuidadosa articulación con la misión, visión y políticas institucionales.

2.4 Políticas de comunicación en las entidades de socorro en el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.

En el año de 1945 se fundó en Cuenca el Ilustre Cuerpo de Bomberos Voluntarios por decisión de las autoridades de la Provincia del Azuay y varias instituciones de servicio público y privado. Motivo de la fundación fue el incendio de grandes proporciones ocurrido en las primeras horas de la noche del 21 de agosto del año citado que arrasó con varios edificios situados en las calles "Padre Aguirre" y "Presidente Córdova" (esquina); casas de habitación y comercio de las familias Sánchez - Orellana, Reinaldo Álvarez y Luís Mario Polo. (Cabrera Ortiz, 2010)

En 2015, la entidad arribó a 50 años de creada con una función enfocada en el cumplimiento de los principios fundamentales del Buen Vivir, para beneficio de la seguridad del Cantón Cuenca y de la Sociedad en general, y en el esfuerzo de contar con el equipamiento y las herramientas de última tecnología, para el cumplimiento eficiente de sus principales objetivos en la prevención y combate de



incendios y desastres naturales o antrópicos, servicio a la colectividad y búsqueda permanente de la excelencia en su labor diaria (BCBVC, 2016).

La visión de esta organización es ser una institución líder, con la máxima efectividad y eficacia en la prevención y atención de emergencias o desastres de su incumbencia, con el mejoramiento continuo de los equipos y el desarrollo técnico profesional, económico y social, de todos los voluntarios, tanto hombres como mujeres que conforman la Institución para alcanzar máximos niveles de ejecución y operación (BCBVC, 2016).

El Cuerpo de Bomberos de Cuenca no sólo tiene bajo su tutela la tercera ciudad más grande de Ecuador, con una población de más de 500 mil habitantes, sino que también resguarda el Parque Nacional Cajas, el cual debe proteger de los incendios forestales. Es por ello que el organismo necesitó ser altamente tecnificado con equipos y tecnología de punta capaz de reaccionar ante múltiples emergencias. (BCBVC, 2016)

En la actualidad, el Cuerpo de Bomberos de Cuenca tiene especialistas, técnicos y primeros responsables en el área personal; mientras en cuanto a equipamiento se tienen trajes de nivel A, trajes de nivel B, un sensor de gases (explosímetro), equipos especiales para el enfrentamiento con materiales peligrosos, aires contenidos herramientas y otros (Cabrera Ortiz, 2010).

También, en conjunto con el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Quito y de la ciudad de Guayaquil, elabora un proyecto para la formación de un equipo de tarea conjunto, en función de afrontar incidentes que involucren materiales peligrosos, en cualquier zona o región del país; de esta forma el Cuerpo de Bomberos del Ecuador están a la vanguardia en la protección de los intereses de todos los ciudadanos.



La comunicación interna se lleva a cabo a partir de las órdenes generales, anunciadas en las carteleras de cada estación. Existe, además, el mensaje de texto por medio de las radios digitales; sin embargo, solo llega al 70% del personal que posee este tipo de radio. La comunicación además es en forma verbal por radios analógicos y digitales, cuyo inconveniente es que no se asegura la recepción y comprensión del mensaje emitido.

Existió un intento de generar correos electrónicos a cada uno de los miembros del BCBVC, pero fracasó por falta de uso de algunos miembros y por virus, lo que bloqueó el sistema. Para comunicación interna y externa, está la dirección electrónica www.bomberoscuenca.gov.ec, un portal de información actualizado. A simple vista se observa la pertinencia de mejorar el sistema de comunicación actual, tanto para los trabajadores, como para las partes interesadas, con una mayor versatilidad de los medios.

2.5 Servicios prestados a la comunidad. Valoración ética de su acción social.

De acuerdo con los servicios prestados a la comunidad, la característica general de estos, es estar enfocados a la labor preventiva contra incidentes y a la capacitación de la ciudadanía en aras de mantener un control sobre la seguridad de la población. En tal sentido, el cuerpo de bomberos parte de la consecución de objetivos estratégicos como los siguientes:

- Promover y desarrollar la capacitación constante y oportuna, en la instrucción y actividad bomberil, administrativo y directivo, así como por áreas específicas, de conformidad a las habilidades e intereses de cada miembro de la Institución. (BCBVC, 2016)
- Dotar de equipos con tecnología de punta que apoyen, reduzcan tiempos y optimicen los procedimientos de respuesta para las acciones operativas, así como para que optimicen los procesos administrativos en función del soporte operacional. (BCBVC, 2016)



- Fortalecer y potenciar el movimiento del voluntariado para el cumplimiento de los fines institucionales. (BCBVC, 2016)
- Desarrollar acciones de prevención, salvamento y rescate, orientado a los miembros de la comunidad local y estar preparados para la acción nacional e incluso internacional que pudiere solicitarse. (BCBVC, 2016)
- Desarrollar acciones de difusión e interrelación con la comunidad, con el fin de acercar el conocimiento sobre los servicios y acciones que realiza la Institución Bomberil en beneficio de la colectividad. (BCBVC, 2016)

Entre los servicios brindados a la población se encuentran:

- Permisos para transporte de combustible, para locales comerciales y aprobación de estudio contra incendios. (BCBVC, 2016).

El cuerpo de Bomberos de Cuenca está facultado para autorizar o vetar locales comerciales que no cumplan las normas de seguridad. Hecho que se lleva a cabo a través de inspecciones a estos sitios.

- Departamento prevención de incendios

El Departamento de Prevención de Cuenca estimula constantemente a la ciudadanía en toma de conciencia, frente a la emergencia; y lo hace, de forma personalizada, a partir de la revisión cuadra a cuadra de la ciudad; mediante la solicitud, ya sea en viviendas, comercios, industrias y transportes de que se cumpla con las disposiciones de seguridad, para la protección de vidas, bienes y el ambiente. Esta labor demanda una preparación constante por parte de los que trabajan en prevención, y un elevado conocimiento de nuevas tecnologías, métodos actualizados de control y normas que, por lo general, tienen variaciones, cada año.

- Plan de emergencia en casa



Este plan consta de una serie de indicaciones y recomendaciones que el BCBVC pone a disposición de las familias que residen en la ciudad. Estas acciones están organizadas para ser cumplidas por toda la familia y orientan a no perder la calma en caso de una eventualidad.

Algunas ideas que integran el Plan:

¿Cuántas personas forman la familia? (BCBVC, 2016)

A. En caso de incendio, la madre es quien se encargará de sacar a los niños del interior de la vivienda hacia fuera, dirigiéndose a un lugar seguro. (BCBVC, 2016)

Si vive en un edificio, la evacuación debe ser moderada, tranquila y siempre bajar las escaleras por su derecha (pared). (BCBVC, 2016)

B. El Padre mantendrá la calma para informar a (101 Policía, 102 Bomberos, 911 o cualquier otro tipo de Servicio de Emergencia); el tipo de emergencia de la que se trata, brindando los siguientes datos: (BCBVC, 2016)

1. Dirección exacta: Ubicación, Cerca de y demás pistas que nos permitan movilizarnos y llegar al punto de emergencia, de una manera más rápida y efectiva. (BCBVC, 2016)

2. Número de teléfono del que llama (para poder confirmar o para mantener en cualquier momento contacto telefónico con UD.). (BCBVC, 2016)

De existir otras personas que puedan intervenir en este plan:

C. Alguna persona se encargará de cortar el fluido eléctrico (braker del medidor). (BCBVC, 2016)

D. Poner en buen recaudo, en lo posible, los cilindros de gas o cualquier material combustible o explosivo. (BCBVC, 2016)

De no haber más miembros de la familia, se deberá cumplir siempre los pasos A y B, y dividirse el trabajo para los pasos siguientes C y D. (BCBVC, 2016)

Si no es posible efectuar estos pasos (C y D), informe a los bomberos cuántos cilindros posee y en qué parte de la casa los almacena. Recuerde que sólo los incendios podemos sofocarlos, mas “NOMM” “las explosiones. (BCBVC, 2016)



- Guías en caso de desastres

Este es un documento que se puede obtener de la página web de la institución (<http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Gu%C3%ADas-en-caso-de-desastres/34>) para que las personas puedan orientarse sobre las medidas preventivas de preparación para eventos naturales como terremotos, además de indicar lo que se debe hacer durante y después de este tipo de desastres.

2.6 Análisis de los documentos que conforman la Ley de transparencia, en particular (informe administrativo 2015 y la rendición de cuentas 2015), para resumir los resultados y deficiencias en la gestión de la institución. Con énfasis en la gestión pública.

En el caso de los documentos que conforman la Ley de transparencia del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca, cualquier ciudadano puede acceder a ellos a través de la página institucional antes referida. Según el informe del Departamento de Relaciones públicas de esa entidad, durante el año 2015, se efectuaron 5 campañas de prevención:

NOMBRE	DETALLE	INFORMACIÓN	MEDIOS DIGITALES
INCENDIOS FORESTALES	INDIVIDUAL	PARROQUIS RURALES	TWITTER
PRECAUCIÓN CONTRA PIROTECNIA	INTERINSTITUCIONAL	PARROQUIAS RURALES Y URBANAS	FACEBOOK
ACCIDENTES TRÁNSITO	INDIVIDUAL	COMUNICACIÓN 2.0	PÁGINA WEB
PREVENCIÓN ÉPOCA DE LLUVIA	INDIVIDUAL	COMUNICACIÓN 2.0	
TIPS DE SEGURIDAD O HOGAR	INDIVIDUAL	COMUNICACIÓN 2.0	

Fuente: (Quintanilla, 2015)

También se transmitió información de bien público por los siguientes medios de comunicación:



DIFUSIÓN NO PAGADA			
TELEVISIÓN	RADIO	PRENSA	MEDIOS DIGITALES
Unisón	La Voz del Tomebamba	El Tiempo	TWITTER
Telerama	Radio Ciudad	El Mercurio	FACEBOOK
Telecuenca	Cómplices FM	La Tarde	PÁGINA WEB
Teleamazonas	La Suprema 96.1	El Universo	
Ecuavisa	Ondas Azuayas	El Telégrafo	
RTS	Splendid	El Metro	
Ecuador TV	Católica		
TC Televisión	Mercurio		
	RTU Cuenca		

Fuente: (Quintanilla, 2015)

De acuerdo con la rendición de cuentas del año 2015, se establecen ciertos parámetros de obligatorio cumplimiento por la entidad. A continuación se expondrán con un breve comentario de los resultados de la entidad en cada ítem:

1. Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus Programas operativos.

Con respecto a este ítem, solo existe la estructuración de las metas y los objetivos de la entidad.

2. El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal.

En cuanto a esto, se observa como deficiencia que la información no se encuentra publicada en la web institucional.

3. La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes.



Este tipo de información que refiere directamente a procesos que deben funcionar con total transparencia tampoco aparece publicado en la página institucional.

4. Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones.

En cuanto a esto, la información sí está publicada en la página web, solo destacar una mejor organización de los contenidos para que los usuarios puedan tener acceso de una forma más fácil a ellos.

5. Se publicarán los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción.

En el 2015 solo se publicó como formulario único el de ingreso a bombero voluntario y hasta la actualidad, no se contempla la publicación de ningún otro formulario.

6. Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos.

Esta documentación si se encuentra registrada en la página web de la institución.

7. Gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos.

Estos procedimientos deberían estar contabilizados y expuestos en la página web de la institución.



8. Información sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos sanciones, permisos o autorizaciones.

De acuerdo con el análisis, no existe ningún vínculo a página alguna donde se puedan vislumbrar este tipo de datos.

9. Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución.

Debería exponerse esta información en la página institucional.

10. Planes y programas de la institución en ejecución.

Esta información si se encuentra publicada en la web institucional.

11. Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño.

Debería contemplarse el registro público de esta información mediante la página web institucional.

12. El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley.

Esta información se encuentra registrada en la web institucional.



2.7 Análisis de la Guía de prevención, como elemento de las relaciones públicas y de la política de comunicación de la institución.

El Departamento de Prevención Contra Incendios del B. Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca, desarrolló una guía para todos los cuencanos, con el fin de lograr la disminución de los incendios y desgracias en los hogares. Esta institución aconseja la lectura detenida del folleto, y que las normas y recomendaciones contenidas en el mismo sean observadas y aplicadas correctamente en favor de la comunidad.

Esta guía presenta un conjunto de información de bien público referida a las necesidades de prevención de la población cuencana y a la premisa de enfrentar incendios y catástrofes de todo tipo. La guía consta de los siguientes acápites:

Guía de Prevención

- Introducción
- El Fuego
- Clases de Incendios
- Riesgos más comunes en un incendio
- ¿Está preparado para un incendio?
- Recomendaciones
- Guía de evacuación en edificios
- Incendios forestales
- Quemaduras
- Plan para el hogar en caso de desastres
- Tipos de extintores y tipos de fuego
- Conclusión

Los incendios pueden ser motivo de innumerables pérdidas y ponen en riesgo la seguridad de la vida humana; de allí la importancia de esta gestión del cuerpo de bomberos cuencano. Donde se establece la prevención desde todos los ámbitos sociales ya sea en casa, vehículos y lugares de trabajo, donde exista el riesgo de fuego.



El Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntario de Cuenca (BCVC), establece en este folleto digital que contar con equipo contra incendio y las medidas para la prevención de incendios son de vital importancia no solamente para salvar vidas y bienes materiales, sino áreas verdes. Los incendios son impredecibles por lo que se debe estar prevenido para evitar su propagación con el equipo contra incendio necesario (BCBVC, 2016).

De forma general, este tipo de guía que fomenta el BCVC, es un elemento que contribuye a garantizar el bienestar de las personas y la seguridad de los bienes públicos y privados. Este folleto digital está a tono con las características de la comunicación externa de esta empresa, que hasta ahora busca enfocarse en dos aspectos: la transparencia de su labor y la prevención contra los desastres a través de la capacitación de sus trabajadores y de la ciudadanía.

En el caso de la transparencia de la información, analizada en el epígrafe anterior, se evidencian algunas deficiencias que fácilmente se podrían revertir, con un aumento de la información que se publica en la página web. Por supuesto de acuerdo con una política de comunicación que debe construirse porque no presentan como institución. Por otro lado, en cuanto a la prevención, aunque ya la entidad cuenta con planes creados, no se evidencia una correcta estructuración de los mismos de acuerdo a normativas de la entidad.



Capítulo III: Metodología

3.1. Procedimiento de la investigación

Tipo de estudio: Descriptivo.

Se identifica como investigación de tipo descriptiva (Tamayo, 2004, p. 46), porque pretende describir como un fenómeno funciona en el presente, en este caso una institución de servicio social.

Enfoque de la investigación: Mixto. Incluirá un análisis tanto cuantitativo como cualitativo.

El cuantitativo, es definido “como una la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamientos, regularidades y comprobar teorías” (Monje, 2011, p. 32) . Es decir, que este enfoque emplea la medición numérica de las variables como método de recolección de datos, y a través de la estadística, se analizan los resultados, para acertar la propuesta más adecuada para solucionar el problema en el que se investiga. En esta investigación, se utilizará este enfoque, al momento de hacer las encuestas a la muestra poblacional, conformada por los trabajadores de la institución.

Sobre el enfoque cualitativo, (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2013, pág. 20) manifiesta: “El enfoque cualitativo, busca la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o elaborar preguntas de investigación en el proceso de interpretación y comprensión” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2013, pág. 22). Este enfoque se refiere a la observación directa del objeto de investigación, el mismo que puede ser interpretado de



acuerdo a las características que presente el objeto de la investigación. En este estudio se empleará este enfoque, por medio de la entrevista que se realizará a las autoridades de la institución y al especialista de relaciones públicas, donde se explicará y analizarán las variables que componen la problemática presentada y a través de los resultados obtenidos, se presentará una solución al problema desde una perspectiva apropiada al contexto de la institución donde se desarrolla la investigación.

3.2 Diseño de los instrumentos

Los métodos del nivel teórico utilizados son: análisis, síntesis, inducción y deducción. Estos permitirán la organización y estructuración de toda la teoría revisada para la conformación de los capítulos de este estudio.

Método de Análisis y Síntesis

Se puede definir el análisis y síntesis como el método que permite determinar y describir los elementos que conforman una realidad y además organizar la información más importante, clasificada a partir de criterios ajustados a un propósito (Sánchez, 2009). En este estudio se hace necesario este método, partiendo del cúmulo de información respecto al tema que debe analizarse y adecuarse a los objetivos de esta investigación.

Método inductivo

El método inductivo se trata del método científico que alcanza desenlaces generales a partir de indicios particulares. Se trata de un método común, en el cual se distinguen cuatro pasos principales: la observación de las situaciones para su exploración; la clasificación y el estudio de estas; la derivación inductiva partiendo



de los hechos para lograr obtener una generalización; y la contrastación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2013).

Método deductivo

El método deductivo según Pagot (2010) puntualiza “un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, o sea examina la concepción para llegar a las especificaciones de las partes del todo. Entonces se diría que su proceso es sintético analítico” (pág. 94).

Las técnicas empleadas son: la investigación bibliográfica, investigación documental, entrevista y la encuesta.

Investigación bibliográfica

Exploración profunda en busca de información acerca de un tema específico, que se lleva a cabo de un modo sistemático. Es un análisis exhaustivo de documentos para determinar cuál es el conocimiento existente, en este caso, en el área de las relaciones públicas y la ética en la comunicación (Alva Vigo, 2011).

Investigación documental

Guillermina Baena (2011): “la investigación documental consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información” (pág. 72).

Entrevista

La entrevista se aplicó para el director de la institución y el especialista de Relaciones públicas. El objetivo será comprender su concepción sobre el papel de la ética institucional como eje de las relaciones públicas en la institución. Que se



desarrollará como “la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado” (Lasso, 2010).

Conjuntamente, se operará la entrevista de estructura abierta de acuerdo con la clasificación expuesta por Richard Grinnell (2011) que instituye que estas entrevistas se cimentan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador posee amplia flexibilidad para manejarlas. De acuerdo con la tipología de preguntas, constan según Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio (2013) diversas clasificaciones, expuestas por diferentes autores. Sin embargo, este estudio se apropia las propuestas por Donna Mertens (2013) al juzgarlas más a tono con esta investigación. Esta tipología circunscribe las preguntas de opinión, de expresión de sentimientos, de conocimientos, sensitivas, de antecedentes y de simulación.

Encuesta

La encuesta se aplicará al conjunto de trabajadores que trabajan en la institución. Con la intención de evaluar sus conocimientos sobre la ética aplicada a las funciones que realizan y en la imagen pública de la institución. Además de sus concepciones de como la ética puede mejorar las relaciones públicas del Benemérito cuerpo de Bomberos de Cuenca. La encuesta se diseñará tomando como referencia una serie de características propuestas por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Batista Lucio (2013) quienes instituyen la pertinencia de cuestionarios que presenten preguntas cerradas, preguntas abiertas y preguntas mixtas. En tal sentido esto permitirá caracterizar socialmente a los trabajadores y



analizar sus conocimientos sobre la ética y su valoración de la ética en las relaciones públicas de la institución donde trabajan.

3.3 Aplicación de los instrumentos

La aplicación de los instrumentos se llevó a cabo de la siguiente forma:

Como primer paso se realizó la entrevista al Primer Jefe del BCBVC: Mayor Patricio Lucero Orellanay y a la Jefe del Departamento de Relaciones Públicas: la licenciada Estefania Tetamués.

Esto coincide con un tipo de muestra no probabilística donde el objetivo de utilizarla no es lograr una representación de la población en estudio sino, la determinación de personas que por sus características y la labor que desempeñan conocen un importante número de información que resulta crucial para este estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2013).

En un segundo momento se aplicó la encuesta a un grupo de 29 trabajadores del centro por considerarse una muestra factible para la investigación ya que en el Cuerpo de Bomberos laboran 137 personas de forma permanente y remunerada. La población para la encuesta se describe en la siguiente tabla:

Tabla 1 Personal que labora en el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca

BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE CUENCA	
OFICIALES SUBALTERNOS:	
6 COMANDANTES	26 CONDUCTORES
14 TENIENTES	81 BOMBEROS REMUNERADOS
18 SUBTENIENTES	30 FUNCIONARIOS ADMINISTRATIVOS

Fuente: Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca. Rendición de cuentas 2013.



El resultado de la aplicación de todos los instrumentos se desarrolló en Excel, para lograr el procesamiento y sistematización de los datos. Mientras, la información obtenida de las entrevistas a expertos y la encuesta a los trabajadores confluyó en la elaboración de un producto final mejor integrado y con bases más sólidas para su puesta en práctica.



Capítulo IV: Presentación de resultados

En este capítulo se exponen los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación: las entrevistas y la encuesta y en un segundo momento se desarrolla la propuesta surgida a partir de la información que se obtuvo en este estudio.

4.1 Aplicación y Discusión de los resultados.

Entrevistas:

En primer lugar se exponen las entrevistas realizadas al Primer Jefe del BCBVC y a la Jefe del Departamento de RRPP:

Entrevista: Primer Jefe del BCBVC

Mayor Patricio Lucero Orellana

1. ¿Cuáles son, según su apreciación, los valores que identifican a los bomberos de BCBVC?

Desde la fundación de la institución los valores más destacados son la abnegación y disciplina. Además quienes forman parte de Bomberos Cuenca se caracterizan por presentar altos índices de honestidad, responsabilidad, generosidad y nobleza.

2. ¿En cuanto a la promoción de la prevención, ¿cuáles son las principales acciones que ejecutan en su institución a cargo?



A diario se realizan capacitaciones, cursos y talleres en centros geriátricos, colegios, universidades, escuelas, estaciones de servicio, hoteles, empresas y a la comunidad en general. Además de la formación de brigadas contra incendios, atención pre hospitalaria, evacuación, detección de riesgos y asesoramiento en respuesta a emergencias.

3. ¿Realizan alguna actividad para promover la ética en las diferentes funciones que desempeñan los trabajadores del BCBVC?

Actualmente no se realiza ningún tipo de actividad.

4. ¿Cuáles son las políticas comunicacionales que rigen el flujo de información tanto interna como hacia el exterior?

En cuanto a las políticas de comunicación interna, el BCBVC mantiene lineamientos generales destinados a coordinar la comunicación puertas adentro y administrar los recursos comunicacionales necesarios para tal fin. Somos una institución jerarquizada por lo que el único vocero institucional es el Primer Jefe.

5. ¿En qué últimos hechos resaltó la labor destacada de los bomberos del BCBVC?

Nuestro trabajo diario, pero específicamente en el control, sofocación y liquidación de incendios forestales en la ciudad de Cuenca y la provincia del Azuay. Además de la gestión del área administrativa en cuanto a las



diferentes actividades de cooperación interinstitucional a favor de la institución.

Entrevista: Jefa del Departamento de RRPP del BCBVC

Lcda. Estefanía Tetamués

1. ¿Qué papel concede a la comunicación en función de la persuasión y la prevención desde su entidad?

Es el recurso básico y fundamental utilizado para la transmisión de normativas e información dirigida a una cultura de prevención. Así mismo la aplicación de una comunicación abierta, horizontal y dirigida es esencial para la construcción de conocimientos en la sociedad.

2. ¿Cómo valora la labor del BCBVC en cuanto al cumplimiento de la Ley de Transparencia?

El BCBVC es una institución operativa al servicio de la comunidad, desde la perspectiva comunicacional cumple fielmente los lineamientos de la Ley de Transparencia.

3. ¿Cuáles son las políticas comunicacionales que rigen el flujo de información tanto interna como hacia el exterior?

Las políticas de comunicación internas y externas, en el sentido de transmisión de información, están centradas en la vocería oficial institucional que está a cargo de la Primera Jefatura. Al ser una institución



jerarquizada se cumple un estricto control por parte de la Plana Mayor y sus decisiones.

4. ¿Qué nivel de cobertura caracteriza las acciones de prevención que desarrollan desde su institución?

Un nivel de cobertura medio, ya que la institución es operativa en el sentido de control y asistencia de emergencias. En cuanto a la prevención se encuentran desarrollando proyectos que implementen esta área.

Análisis de la encuesta aplicada a los bomberos

La encuesta se aplicó en el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca, a un total de 29 trabajadores, el promedio de edad de los encuestados es de 36 años y el de años de servicio a la institución es 9. En total fueron encuestados 14 bomberos, 4 maquinistas, 11 entre personal de servicios y administrativos.



Preguntas

1. Marque con una (X) los valores que según usted caracterizan la labor de su institución.

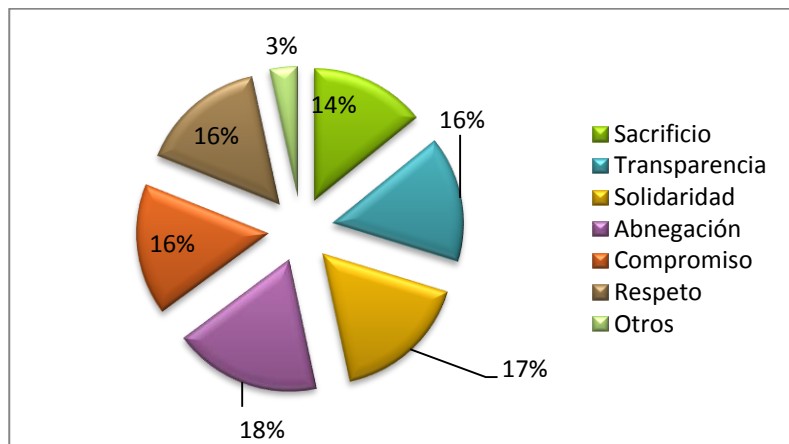
Tabla 2 Valores que caracterizan la labor de su institución.

Respuestas	Frecuencia	%
Sacrificio	21	14%
Transparencia	23	16%
Solidaridad	25	17%
Abnegación	27	18%
Compromiso	24	16%
Respeto	23	16%
Otros	5	3%
Total	148	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 1 Valores que caracterizan la labor de su institución.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: En atención a los valores que caracterizan la labor del Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca, 27 de los 29 encuestados coinciden en destacar la abnegación de los trabajadores, 25 concuerdan en la solidaridad, mientras 24 apuestan por el compromiso, 23 por la transparencia y el respeto, 21 por el sacrificio, 5 encuestados refirieron que otros valores como la disciplina también identifican a su institución.



2. ¿Qué importancia le concede a la comunicación desde su entidad, en función de la prevención?

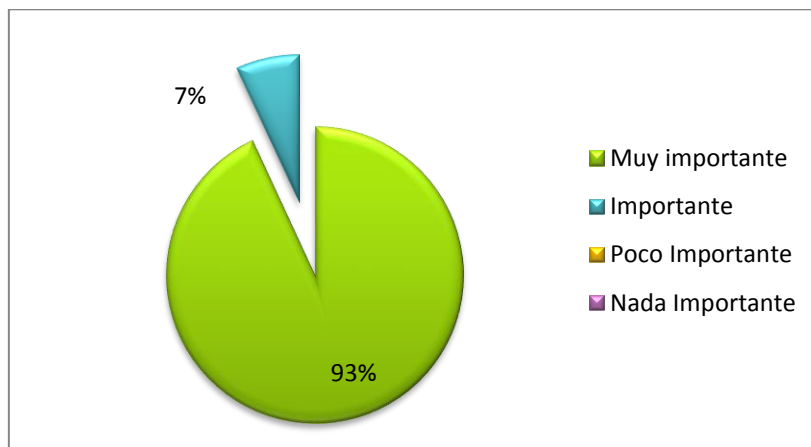
Tabla 3 Importancia concedida a la comunicación desde su entidad, en función de la prevención

Respuestas	Frecuencia	%
Muy importante	27	93%
Importante	2	7%
Poco Importante		0%
Nada Importante		0%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 2 Importancia concedida a la comunicación desde su entidad, en función de la prevención



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: En cuanto a la importancia que le conceden los encuestados a la comunicación en función de la prevención 27 de los 29 encuestados, el 93% aseguran que se trata de un elemento muy importante. Incluso manifestaron que es un elemento primordial para instruir a la comunidad para que esté preparado ante un accidente o catástrofe natural.



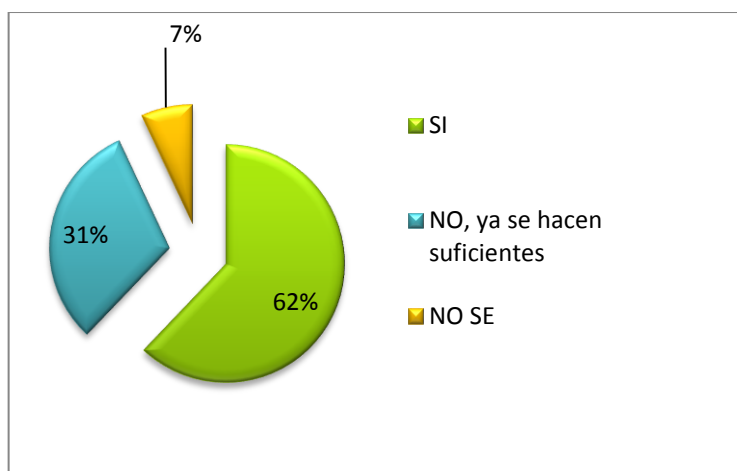
3. ¿Considera que deban hacerse un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención?

Tabla 4 Necesidad de un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención

Respuestas	Frecuencia	%
SI	18	62%
NO, ya se hacen suficientes	9	31%
NO SE	2	7%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.
Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 3 Necesidad de un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención



Fuente: Investigación de campo.
Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: Un 62% de los interpelados 18 en total expresaron que deben hacerse un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención para que la población esté preparada para un evento catastrófico y además comprenda la labor de los bomberos, un 31% o sea 9 de ellos planteó que ya se hacen suficientes campañas y solo un 7% o lo que es lo mismo 2 admitieron no saber.



4. ¿En su entidad se realizan acciones para promover valores éticos en las diferentes funciones que desempeña el personal que labora en el BCBVC? Si su respuesta fue si, enumere por favor la acción o acciones que se realizan:

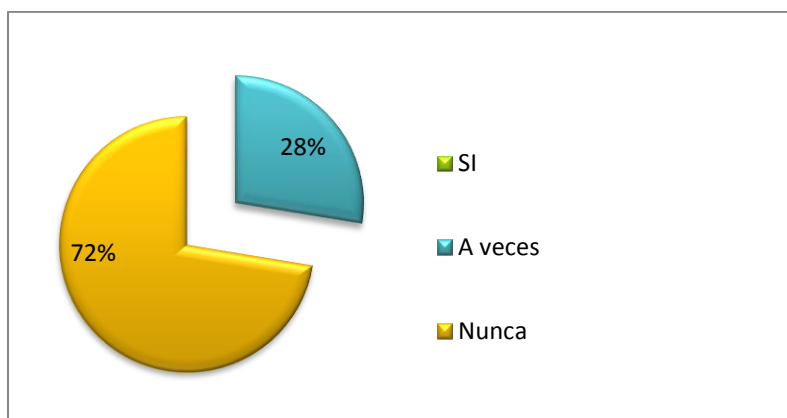
Tabla 5 Realización acciones para promover valores éticos en las diferentes funciones que desempeña el personal que labora en el BCBVC

Respuestas	Frecuencia	%
SI		0%
A VECES	8	28%
NUNCA	21	72%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 4 Realización acciones para promover valores éticos en las diferentes funciones que desempeña el personal que labora en el BCBVC



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: En cuanto a las acciones realizadas en la entidad para promover los valores éticos de los trabajadores, solo un 28%, 8 de los indagados refieren que a veces se efectúan, mientras el 72%, 21 en total, expresaron que nunca se llevan a cabo. Los que respondieron que sí, expusieron que las actividades que se desarrollan son: campañas forestales, y de salud, contra el tabaquismo; pero además admitieron la necesidad de promover charlas sobre la función del bombero voluntario, sobre el trabajo en equipo y el respeto a los compañeros y a los jefes.



5. ¿Conoce las políticas comunicacionales que rigen el flujo de información tanto interna como hacia el exterior en su institución? Si su respuesta fue si, enumere por favor la acción o acciones que se realizan: _____.

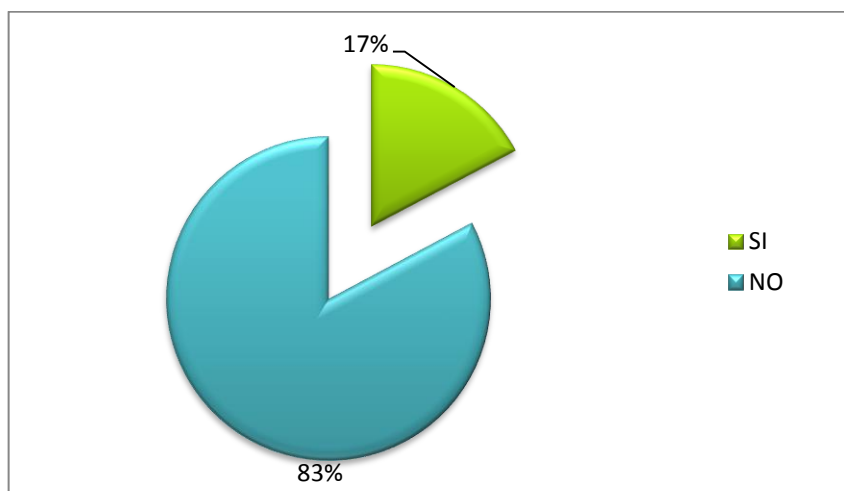
Tabla 6 Conocimiento sobre políticas comunicacionales

Respuestas	Frecuencia	%
SI	5	17%
NO	24	83%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 5 Conocimiento sobre políticas comunicacionales



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: Un total de 24 encuestados el 83% de todos admitieron que no conocen las políticas comunicacionales que rigen el flujo de información tanto interna como hacia el exterior en su institución. Los 5 que expresaron conocer esas políticas, platearon que en la entidad se manejan códigos específicos en cada una de las emergencias y que se canaliza la información a través de medios oficiales e informales como el Facebook y el WhatsApp.



6. ¿Cree pertinente la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios?

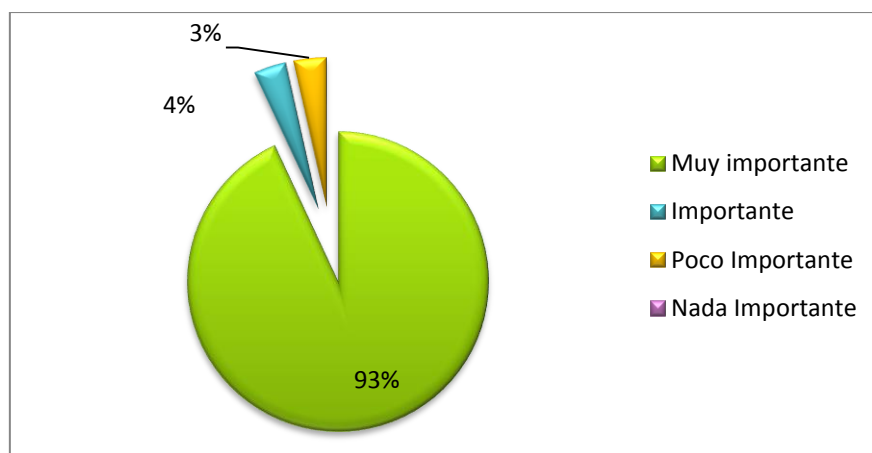
Tabla 7 Pertinencia de la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios

Respuestas	Frecuencia	%
Muy importante	27	93%
Importante	1	3%
Poco Importante	1	3%
Nada Importante		0%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 6 Pertinencia de la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: Para el 93%, o sea 27 encuestados, consideraron que es muy importante la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios, solo una persona expresó que es importante y otra expuso que es poco importante.



7. ¿Considera adecuados los servicios que presta el BCBVC a su comunidad? Justifique su respuesta anterior.

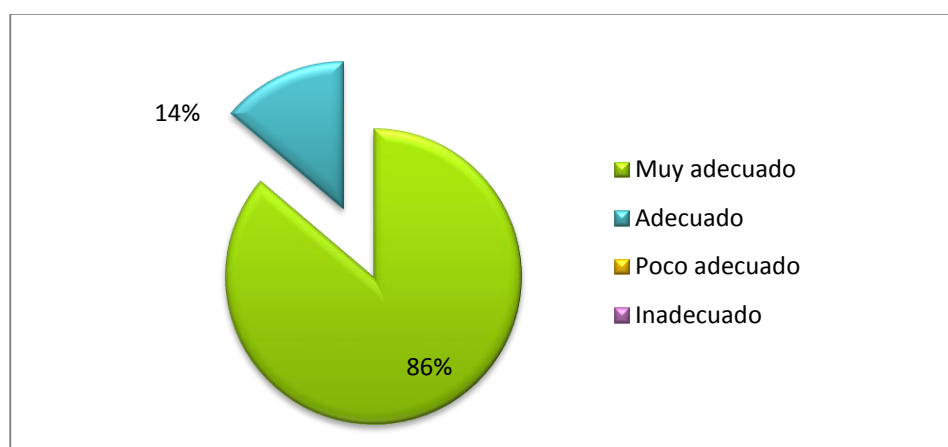
Tabla 8 Caracterización de los servicios que presta el BCBVC a su comunidad.

Respuestas	Frecuencia	%
Muy adecuado	25	86%
Adecuado	4	14%
Poco adecuado		0%
Inadecuado		0%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 7 Caracterización de los servicios que presta el BCBVC a su comunidad.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: El 86% o lo que es lo mismo 25 encuestados, consideraron adecuados los servicios que ofrece el BCBVC a su comunidad y el 14% o sea 4, del total de indagados plantearon que es adecuado. Como justificación, los participantes en este estudio expusieron que son una institución de gran eficiencia, con un servicio muy profesional, presta a proteger a la población en cualquier momento y ante cualquier incidente. La atención que brindan es prioritaria y se cumple en favor de la defensa de la integridad de las personas, además se ofrecen servicios pre-hospitalarios y capacitaciones; sin embargo, aseguran que se necesita incentivar más la capacitación preventiva.



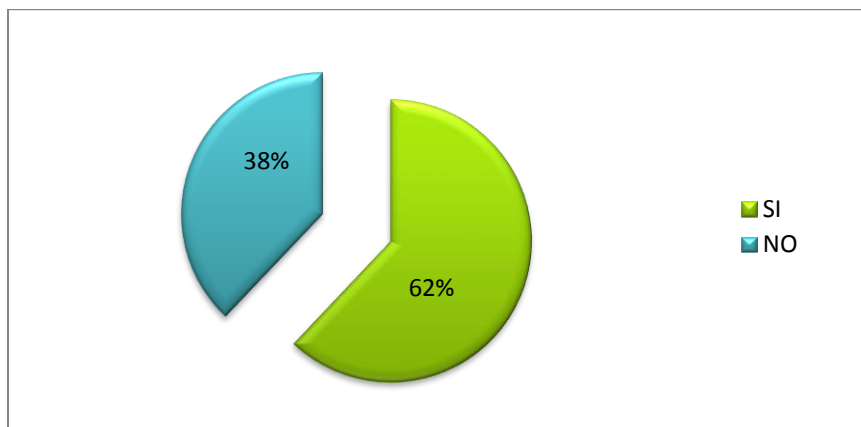
8. ¿Tiene conocimiento de las normas éticas que debe tener en cuenta en su interacción con la población? Si su respuesta fue sí, enumere por favor la acción o acciones que se realizan: _____.

Tabla 9 Conocimiento de las normas éticas que debe tener en cuenta en su interacción con la población

Respuestas	Frecuencia	%
SI	18	62%
NO	11	38%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.
Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 8 Conocimiento de las normas éticas que debe tener en cuenta en su interacción con la población



Fuente: Investigación de campo.
Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: Con respecto al conocimiento de las normas éticas que se deben tener en cuenta en su interacción con la población el 62%, 18 del total de los encuestados aseguraron que sí mientras el 38%, 11 de los 29 indagados expusieron que no las conocen. Los que afirmaron acerca de tener noción de las normas que deben respetar al relacionarse con la población expusieron que lo más importante es hacer siempre valer los derechos humanos, luego respetar los derechos ciudadanos y seguir los protocolos establecidos.



9. ¿Qué percepción considera que tiene la comunidad del BCBVC?

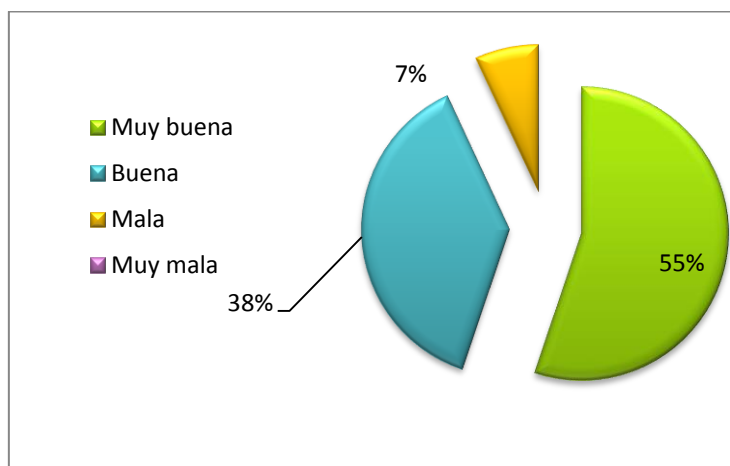
Tabla 10 Percepción que tiene la comunidad del BCBVC

Respuestas	Frecuencia	%
Muy buena	16	55%
Buena	11	38%
Mala	2	7%
Muy mala		0%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 9 Percepción que tiene la comunidad del BCBVC



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: En correspondencia con la percepción que tiene la comunidad del BCBVC, 16 encuestados para el 55%, manifestaron que es muy buena, 11 de ellos el 38% dice que es buena y solo 2, o sea un 7 % declaró que es mala.



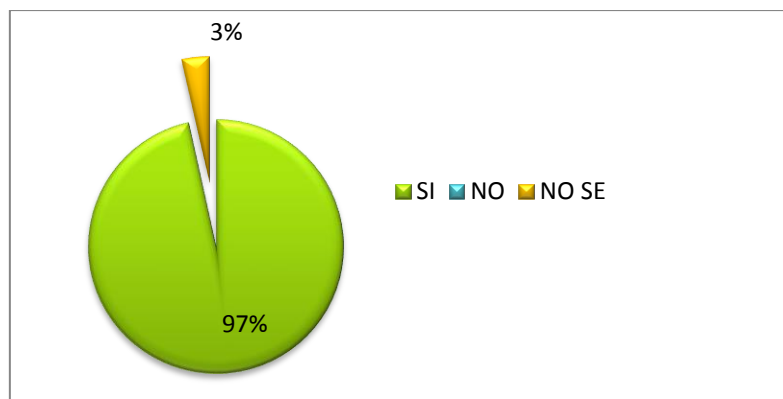
10. ¿Cree que la elaboración de una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención e integrada desde un enfoque ético, contribuiría a fortalecer la imagen que proyecta su entidad?

Tabla 11 Pertinencia de una propuesta de comunicación institucional

Respuestas	Frecuencia	%
SI	28	97%
NO		0%
NO SE	1	3%
Total	29	100%

Fuente: Investigación de campo.
Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Gráfico 10 Pertinencia de una propuesta de comunicación institucional



Fuente: Investigación de campo.
Autor: Bolívar Méndez, Edwin.

Análisis: Ante la interrogante de si consideran que una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención e integrada desde un enfoque ético, contribuiría a fortalecer la imagen que proyecta su entidad, la respuesta de los encuestados fue sí, en el caso de 28 de ellos, el 97%; mientras que solo 1, que representa el 3% del total admitió no saber.



Discusión

El análisis de las entrevistas y las encuestas manifiestan que el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca es una institución que destaca en su servicio a la comunidad de esta ciudad y de la provincia Azuay, desde el ámbito comunicacional cumple puntualmente los lineamientos de la Ley de Transparencia.

Todos los indagados coinciden en exponer que los valores más destacados que defienden las personas que laboran en esta entidad son la abnegación y disciplina. Además, reconocen que se lucha por conservar la honestidad, responsabilidad, generosidad y sacrificio.

Las políticas de comunicación internas y externas, en el sentido de transmisión de información, están centradas en la vocería oficial institucional que está a cargo de la Primera Jefatura. Al ser una institución jerarquizada se cumple un estricto control por parte de la Plana Mayor y sus decisiones.

Desde la fundación de la institución se realizan capacitaciones, cursos y talleres en centros geriátricos, colegios, universidades, escuelas, estaciones de servicio, hoteles, empresas y a la comunidad en general. Además de la formación de brigadas contra incendios, atención pre hospitalaria, evacuación, detección de riesgos y asesoramiento en respuesta a emergencias. Sin embargo, las encuestas afirmaron que debe y se necesita hacer mucho más en cuanto a la preparación ciudadana hacia la prevención ante incidentes y catástrofes.



Aunque la mayor cantidad de investigadores aseguran conocer los valores éticos, en la entidad no se realizan acciones al respecto, según informa Primer Jefe del BCBVC: Mayor Patricio Lucero Orellana, de acuerdo con este estudio, se hace imprescindible el desarrollo de acciones encaminadas a desarrollar la ética entre los trabajadores, pues estos consideran muy importante tener una adecuada interacción con la población.

En cuanto a la propuesta de comunicación institucional, de acuerdo con la Jefa del Departamento de RRPP del BCBVC: Lcda. Estefanía Tetamués sería de gran utilidad para la transmisión de normativas e información orientada a una cultura de prevención. En ocasiones, se deja de exponer a la población información que fideliza la imagen del BCBVC, por ejemplo: el directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal, el listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con el BCBVC; además, los planes y programas de la entidad en ejecución y los mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño, tampoco están asequibles al público.

También la aplicación de una comunicación abierta, horizontal y dirigida es esencial para la construcción de conocimientos, esto es abalado por 28 de los 29 encuestados, que aseguraron que la elaboración de una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención e integrada desde un enfoque ético, contribuiría a fortalecer la imagen que proyecta su entidad.



4.2 Elaboración de la propuesta:

Propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención integrada desde un enfoque ético, para el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca.

Introducción

Aunque el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca, realiza un labor reconocida y por demás humanitaria, el impacto de su accionar en la ciudad de Cuenca y la provincia de Azuay puede ser aún mayor si se desarrollan adecuadamente las actividades de comunicación.

La política de comunicación de esta entidad deberá encaminarse a dar a conocer la labor que realizan sus trabajadores, permitirá estrechar los lazos de estos dentro de la institución, contribuyendo al fortalecimiento de su identidad y a mejorar su relación con el resto de la comunidad.

Lo antes expuesto necesita de la elaboración de un plan comunicacional anual, donde se expliquen las actividades concretas que efectuarán en la institución, sus responsables y dónde se llevarán a cabo, esto favorecerá una organización y control de la información a los niveles que se requiera. Las acciones se orientarán a estos públicos:

- Los trabajadores de la entidad, convirtiéndolos en protagonistas de las tareas que se planteen.



- La población de la ciudad de Cuenca, principal ente con la que interactúa el BCBVC.
- A los distintos medios de comunicación existentes, en la provincia de Azuay y los más influyentes a nivel nacional.

Funciones

Las principales funciones serán:

- Difundir la realidad diaria de los trabajadores del BCBVC, como reconocimiento de su labor humanitaria ante la sociedad.
- Desarrollar en la población de Cuenca una cultura de respeto por el trabajo de los bomberos y de atención a las recomendaciones que estos ofrecen sobre la prevención ante fenómenos naturales e incidentes de todo tipo.
- Contribuir al fortalecimiento de la identidad del BCBVC y de su imagen ante la sociedad.

Consideraciones generales

- Es importante dejar claro que cualquier acción de comunicación necesita ajustarse a la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación vigente y a las disposiciones reglamentadas para los Cuerpos de Bomberos Voluntarios.
- Se recomienda además, que en cualquier evento, publicación informativa o instructiva, esté presente el logo que identifica BCBVC, y los distingue del resto de los Cuerpos de Bomberos del país.



Plan de Comunicación

El plan de comunicación deberá constar de:

- Objetivo
- Público objetivo
- Mecanismos y formatos para la difusión.
- Presupuesto necesario para la puesta en marcha de las actividades.
- Canales de difusión.
- Resultados previstos con las estrategias de publicidad.
- Normativas legales que no pueden violarse ni omitirse.

.

Objetivo

- Contribuir a la creación de una cultura de acción preventiva en la sociedad y de respeto por la labor humanitaria del BCBVC.

Objetivos específicos

- Informar a la sociedad sobre la labor del BCBVC.
- Desarrollar actividades de capacitación en conjunto con los habitantes de la ciudad Cuenca.
- Difundir materiales de instrucción para la prevención de accidentes y en situaciones de desastres naturales.



Mensajes

- Los contenidos expuestos deben responder a las principales características del BCBVC.
- Deben tener un elevado mensaje ético, en concordancia con los principales valores que caracterizan a esta entidad y sus trabajadores.
- Se hará énfasis en campañas de bien público que se apoyen en el ejemplo de la labor de los bomberos.
- Priorizarán el trabajo preventivo a favor de la integridad ciudadana.

Público objetivo

- Ciudadanos de Cuenca y de la provincia Azuay.
- Entidades públicas y privadas con presencia en esta ciudad.
- Medios de comunicación, regionales y nacionales.
- Sociedad en general.

Estrategia

Para el desarrollo de cualquier acción de comunicación es necesario delimitar los destinatarios a los que irá dirigida dicha actividad, esto es necesario para controlar el flujo de información. En el caso del BCBVC, se establecen los siguientes tipos de comunicación:

1. Comunicación interna:

- Comunicación operativa: limitada al trabajo interno y propio de los bomberos, comunicación de tipo vertical donde es el principal jefe el que orienta e informa.



- Comunicación horizontal: comunicación para temas de carácter administrativo y social que involucra a todos los trabajadores de la institución.
- Comunicación de crisis: es importante tener en cuenta los conflictos que pueden darse dentro de la entidad por situaciones de catástrofe.

2. Comunicación externa:

- Comunicación orientada a la prevención: destinada a todo tipo de públicos, dígame ciudadanos, empresas públicas y privadas que convergen en el radio de acción del BCBVC.
- Publicidad: orientada a los medios de comunicación, para dar a conocer las actividades del cuerpo de bomberos, promover una imagen adecuada del mismo y contribuir a la prevención.

Actividades

1. Para la Comunicación interna:

Comunicación operativa:

Consiste en desarrollar mensajes y piezas comunicativas para distintas personas e instancias de la organización no importando el nivel jerárquico del cliente interno (Soria Romo, 2008, pág. 1).

Actividades

- Acciones que promuevan las relaciones de fraternidad con los compañeros y de respeto a los superiores.



- Acciones propias de sistematización y preparación para eventos de cualquier índole donde se compruebe el estado técnico de los medios y canales de comunicación.

Comunicación horizontal:

Su propósito principal es proveer un canal de coordinación y solución de problemas, además de que brinda la alternativa de relacionarse como personas similares en la organización, lo que hace muy importante la satisfacción del trabajo (Razo Téllez & Nefy, 2013, pág. 2).

Actividades

- Charlas sobre ética laboral.
- Actividades que promuevan el compañerismo e identifique y comprueben los niveles de comunicación en la entidad.
- Eventos para compartir experiencias con otras instituciones del mismo tipo del país.

Comunicación de crisis:

La gestión estratégica del conflicto se puede dividir en cuatro fases, sin embargo, en el mundo dinámico de las relaciones públicas los profesionales ocupados pueden estar manejando situaciones de competencia distintas a la vez que conflictos, en cualquiera de las cuatro fases simultáneamente (Amaya Méndez, 2013, pág. 1).



Actividades

(Ver proyecto página 92).

2. Para la Comunicación externa:

Comunicación orientada a la prevención:

- Actividades de capacitación a la población sobre comportamiento ante eventos de cualquier tipo.
- Campañas de bien público encaminadas a la educación de los ciudadanos sobre temas como la salud, la calidad de vida y la protección de la integridad física.
- Trípticos educativos para la prevención antes situaciones de catástrofe.
- Acciones de sensibilización que lleven al BCBVC a escuelas, centros hospitalarios, asilos de ancianos y comunidades apartadas.

Publicidad:

- Entrevistas y demás trabajos periodísticos a medios locales sobre la labor de los bomberos y de la entidad en general.
- Folletos instructivos sobre la historia del BCBVC y sus principales hazañas.
- Actualización constante del portal web de la entidad.
- Trabajo en las redes sociales.



Archivo documental:

Es importante que la entidad cuente un archivo de las acciones comunicativas que efectúe, de los documentos de su fundación, las normas legales que la rigen y todo lo que se considere de importancia con respecto a su labor. Los documentos pueden estar en múltiples formatos y servirán de respaldo a la propia institución.

Proyecto de acción comunicativa en caso de crisis

- ❖ Investigación de la crisis y delineación del plan:
 - ✓ Reunión del equipo de trabajo para situación de crisis: formado por la máxima dirección del BCBVC y los encargados de la comunicación y la publicidad del centro.
 - ✓ Esclarecimiento de la información: identificación de situaciones, víctimas o factores con vínculo directo con los hechos.
 - ✓ Creación de un grupo de apoyo.(de ser necesario)

Establecimiento de la postura organizacional:

Luego del estudio de los hechos y su análisis, debe asumirse una postura al respecto, partiendo de los valores que encarna el BCBVC: honestidad, responsabilidad, generosidad y nobleza.

Diseño de los mensajes

Compilación de datos.



Redacción de un texto informativo: respondiendo a las principales preguntas periodísticas, qué, cuándo, dónde, cómo.

Definición de tipos de piezas y medios de comunicación.

Publicación del comunicado.

Principios de comunicación en caso de crisis del BCBVC

Oportunidad y rapidez

Transparencia

Veracidad

Claridad

Solidaridad

❖ Lineamientos de comunicación para casos de crisis

Comité de comunicación para situaciones de crisis

Grupo encabezado por el Primer Jefe del BCBVC y la Jefe del Departamento de RRPP, así como personal de interés para la entidad.

Comunicación e instrucciones en caso de situación de emergencia

Controlar información con respecto a:

- Asistencia y apoyo a víctimas
- Responsabilidad económica



- Líneas de comunicación
- Expertos a cargo

Protocolo identificado para la organización de la información en situación de emergencias

Sitio del suceso

Particularidades del mismo

Número y nombres de los afectados

Estado de los recursos humanos y materiales del BCBVC.

❖ Riesgos, acciones de prevención y medidas de comunicación:



Tabla 12 Riesgos, acciones de prevención y medidas de comunicación

Tipo de riesgo	Posible riesgo	Posibles causas	Medida Preventiva	Medidas área de comunicaciones
Técnico	Fallas operativas del BCBVC	Mal funcionamiento del equipamiento	Programación del mantenimiento a los equipos	Instaurar la vocería oficial institucional que está a cargo de la Primera Jefatura para que explique: causas del problema dado medidas de contingencia
		Fallas técnicas no detectadas	Capacitación a trabajadores de la entidad en cada una de sus áreas	
		Falta de mantenimiento	Inspecciones y controles a las diferentes áreas	
		Errores humanos		
		Factores naturales: desastres naturales		
Externo	Desastres naturales: incendios, terremotos, inundaciones	Situaciones de la naturaleza	Realización de simulacros, y capacitaciones para una respuesta eficiente en situación de desastres naturales	Instaurar la vocería oficial institucional que está a cargo de la Primera Jefatura para que explique: tiempo respuesta de BCBVC principales acciones desarrolladas estado del hecho (guardando las consideraciones éticas primordiales al referirse a los afectados)
	Accidentes	Técnicas y humanas	Control de la capacidad de respuesta ante situaciones de catástrofe	
	Actos terroristas: bombas, secuestros, muertes violentas	Inesperadas	Realización de conversatorios y capacitaciones con expertos sobre las medidas de contingencia ante los actos terroristas	
Interno	Accidentes laborales	Afectaciones dentro del centro o en el ejercicio del trabajo. Estrés. Manipulación inadecuada de los medios de trabajo	Realizar capacitaciones sobre manipulación de elementos de riesgo, manejo del estrés, etc. Chequear continuamente las instalaciones y los medios de trabajo para garantizar la seguridad de los trabajadores	Realizar campañas de comunicación preventivas usando cartelera, boletines virtuales y la página web.
	Corrupción administrativa		Concientización del equipo de trabajo sobre los valores éticos que personifican el BCBVC.	La vocería oficial institucional que está a cargo de la Primera Jefatura explicará la situación y las consecuencias para el transgresor ante los medios de comunicación y el personal de la institución.
	Situaciones procedimentales de un trabajador que afecten la imagen del BCBVC			

Autor: Bolívar Méndez, Edwin.



❖ Evaluación de las acciones de gestión comunicativa para la crisis

Monitoreo de los mensajes publicados sobre el BCBVC en los distintos medios de comunicación.

Clasificación y respuesta a quejas y sugerencias de la población.

Establecimiento de acciones de comunicación en situaciones de crisis.



Conclusiones

Desde la interacción social institución-sociedad, es que se configura la aportación de las instituciones al contexto espacio temporal en que se desarrollan. De tal manera que cuando una organización institucional decide asumir un sistema de valores, que orientan su proceder, estos valores tiene una significación social, que a largo plazo retorna a la institución.

La misión de las Relaciones públicas es crear vínculos entre la institución, la comunicación y sus públicos reales o potenciales. Es por ello que este tipo de estrategia utiliza diversos instrumentos, técnicas o formas de llegar a su objetivo, siempre en dependencia y teniendo en cuenta el contexto específico y las condiciones o características de los sujetos implicados en el proceso.

El Cuerpo de Bomberos de Cuenca no sólo tiene bajo su tutela la tercera ciudad más grande de Ecuador, con una población de más de 500 mil habitantes, sino que también resguarda el Parque Nacional Cajas, el cual debe proteger de los incendios forestales. Es por ello que el organismo necesitó ser altamente tecnificado con equipos y tecnología de punta capaz de reaccionar ante múltiples emergencias.

De acuerdo con los servicios prestados a la comunidad, la característica general de estos en el BCVC, es estar enfocados a la labor preventiva contra incidentes y a la capacitación de la ciudadanía en aras de mantener un control sobre la seguridad de la población; esta institución estableció una guía de prevención



digital que fomenta el bienestar de las personas y la seguridad de los bienes públicos y privados.

En el caso de la transparencia de la información en la entidad se evidencian algunas deficiencias que fácilmente se podrían revertir, con un aumento de la información que se publica en la página web. Por supuesto de acuerdo con una política de comunicación que debe construirse porque no presentan como institución. Por otro lado, en cuanto a la prevención, aunque ya la entidad cuenta con planes creados, no se evidencia una correcta estructuración de los mismos de acuerdo a normativas de la entidad.

El análisis de las entrevistas y las encuestas manifiestan que en el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca los valores más destacados que defienden las personas que laboran en esta entidad son la abnegación y disciplina. Además reconocen que se lucha por conservar la honestidad, responsabilidad, generosidad y sacrificio.

Las políticas de comunicación internas y externas, en el sentido de transmisión de información, están centradas en la vocería oficial institucional que está a cargo de la Primera Jefatura. Al ser una institución jerarquizada se cumple un estricto control por parte de la Plana Mayor y sus decisiones.

Desde la fundación de la institución se realizan capacitaciones, cursos y talleres en centros geriátricos, colegios, universidades, escuelas, estaciones de servicio,



hoteles, empresas y a la comunidad en general. Además de la formación de brigadas contra incendios, atención pre hospitalaria, evacuación, detección de riesgos y asesoramiento en respuesta a emergencias. Sin embargo, las encuestas afirmaron que se necesita hacer mucho más en cuanto a la preparación ciudadana hacia la prevención ante incidentes y catástrofes y se hace imprescindible el desarrollo de acciones encaminadas a desarrollar la ética entre los trabajadores, pues estos consideran muy importante tener una adecuada interacción con la población.

En cuanto a la propuesta de comunicación institucional, sería de gran utilidad para la transmisión de normativas e información orientada a una cultura de prevención. Así mismo la aplicación de una comunicación abierta, horizontal y dirigida es esencial para la construcción de conocimientos, esto es abalado por 28 de los 29 encuestados, que aseguraron que la elaboración de una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención e integrada desde un enfoque ético, contribuiría a fortalecer la imagen que proyecta su entidad.

Aunque el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca, realiza un labor reconocida y por demás humanitaria, el impacto de su accionar en la ciudad de Cuenca y la provincia de Azuay puede ser aún mayor si se desarrollan adecuadamente las actividades de comunicación.



La política de comunicación de esta entidad deberá encaminarse a dar a conocer la labor que realizan sus trabajadores, permitirá estrechar los lazos de estos dentro de la institución, contribuyendo al fortalecimiento de su identidad y a mejorar su relación con el resto de la comunidad.



Recomendaciones

- Poner en práctica la propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención integrada desde un enfoque ético, para el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca, desarrollada en esta investigación.
- Se recomienda que en eventos, publicación informativa o instructiva, esté presente el logo que identifica BCBVC, y los distingue del resto de los Cuerpos de Bomberos del país.
- Desarrollar un archivo con las acciones comunicativas que efectúe el BCBVC, de los documentos de su fundación, las normas legales que la rigen y todo lo que se considere de importancia con respecto a su labor.
- Generar acciones de sensibilización que lleven al BCBVC a escuelas, centros hospitalarios, asilos de ancianos y comunidades apartadas y encuentros para compartir experiencias con otras instituciones del mismo tipo del país.
- Incrementar la presencia del BCBVC en las redes sociales, medios de comunicación locales y nacionales.



Referencias

- AgenciasdeComunicación.org. (19 de diciembre de 2011). *Relaciones Públicas: objetivos y actividades*. Obtenido de <http://www.agenciasdecomunicacion.org/relaciones-publicas/relaciones-publicas-objetivos-y-actividades.html>
- Albab Alencar, A. (2013). *Como aplicar con éxito las relaciones públicas en las instituciones públicas y privadas*. Lima: Cámaras de Comercio del Peru.
- Alva Vigo, H. (2011). *Metodología de la investigación bibliográfica para los profesionales y estudiantes de las ciencias de la salud*. (5ta ed.). Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Amaya Méndez, N. (8 de septiembre de 2013). *Comunicación y Relaciones públicas*. Obtenido de <http://disecomunicar.blogspot.com/2013/08/gestion-de-conflictos-crisis.html>
- Arnsperger, C. &. (2002). *Ética económica y social. teoría de la socieda justa*. Barcelona: Paidós.
- Asamblea Constituyente . (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Quito.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.



Ayuntamiento de Durango. (2011). *La política de comunicación en la empresa comercial*. Durango: Ayuntamiento de Durango.

Baena, G. (2011). *Manual para elaborar trabajos de Investigación Documental* (35ta ed.). México: Editores Unidos Mexicanos.

Bañares, L. (2011). *La cultura del trabajo en las organizaciones*. Madrid: Rialp.

Barroso, E. (1984). *Códigos de ética de los medios de comunicación*. Madrid: Trotta.

BCBVC. (2016). *Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca*.
Obtenido de <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad>

Beltrán, L. R. (2012). *Teoría de las Políticas de Comunicación* (9na ed.). La Paz: Benavides.

Bernays, E. L. (2013). *Los años últimos: radiografía de las Relaciones Públicas (1956-1986)* (6ta ed.). Barcelona.: ESRP-PPU.

Boiry, P. A. (2014). *Relaciones Públicas o la Estrategia de la Confianza*, (4ta ed.).
Gestión 2000: Barcelona.

Burton, K. (2013). *World Society* (10ma ed.). Cambridge.: Cambridge University Press.



Cabrera Ortiz, J. (2010). *Plan para la implementación de un sistema integrado de gestión de la calidad, el ambiente y la seguridad ocupacional para el Benemérito Cuerpo de BOMBEROS de la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.

Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. Madrid: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

Contraloría General del Estado. (2014). *Manual Integral de Identidad Corporativa e Imagen Institucional de la Contraloría General del Estado*. Quito: CGE.

Córdova Torres, E. (2015). *Ética general, aplicada y profesional*. Arequipa: Universidad Autónoma de San Francisco.

Cortina, A. (1998). *Ética de la empresa*. Madrid: Trotta.

Cortina, A. (2013). *La dimensión pública de las éticas aplicadas* (4ta ed.). Valencia: Piadós.

Cuenca, Á. (2010). *Ética de la comunicación. Anales de Documentación*.

Cutimbo Lozano, M. T. (2011). *Ecuador: hacia una democratización de la comunicación*. Quito : FLACSO.

Dávila Yépez, J. (29 de junio de 2016). *Dirección Nacional de Comunicación Estratégica*. Obtenido de <http://www.policiaecuador.gob.ec/dnce/>



- Exeni, J. L. (2011). *Legislación vigente en Bolivia y la teoría de las Políticas Públicas para la Comunicación Pública*. La Paz: Benavides.
- Fontela, E. (2013). *Economía ética y bienestar social*. Madrid: Pirámide.
- Franco, C. (2010). ¿Ética ecológica o medioambiental? *Acta Amaz.*
- García, S. (2011, p. 541). *La ética en las instituciones económicas y sociales*. Madrid: Unión editorial.
- González, M. (2008). *Objetivos de las relaciones públicas*. Obtenido de <http://bottopalm2.angelfire.com/Objetivosrelaciones.html>
- Grinnell, R. (2011). *Social work research and evaluation, Quantitative and qualitative approaches*. New York: Itaca EE. Peacock Publishers.
- Grooscors, G. (2013). *Políticas, Integración y Nuevo Orden de la Información* (5ta ed.). Caracas: Planeta.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2013). *Metodología de la Investigación, Tomo II* (6ta ed.). México DF,: MC. Graw-Hill.
- Lasso, G. (4 de Marzo de 2010). *Entrevista*. (Lee todo en: qué es., Significado y Concepto) Recuperado el 1 de Abril de 2015, de <http://definicion.de/entrevista/>



López, C. (15 de enero de 2013). *Área Comunicación Corporativa y Empresaria en la Facultad de Diseño y Comunicación*. Obtenido de http://fido.palermo.edu:8080/fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/detalle_tp.php?id_docente=5499&id_blog=10247

Maliandi, R. (2012). *Ética discursiva y ética aplicada*. Mar de Plata: Universidades de La Plata.

Menchaca, T. (2012). La Etica Económica: sus aspectos fundamentales. *Revista de Derecho*.

Mertens, D. (2013). *Investigación y evaluación en la Educación y la Psicología: Integridad y diversidad con los métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos* (5ta ed.). Nueva York: Mil Robles Sabios.

Ministerio de Salud Pública. (27 de junio de 2016). *Dirección Nacional de Comunicación, Imagen y Prensa*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/direccion-nacional-de-comunicacion-imagen-y-prensa/>

Monje, C. (6 de Julio de 2011, p. 32). <https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>.



- Morales, V. (2012). *La ética profesional de los investigadores en tecnología de la información*. España: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Pagot, M. (2010). *Metodologías inductivas y deductivas en técnicas de investigación*. madrid, España: Prana.
- Panchi, L. (2014). *De ética económica a economía ética*. Quito: FLACSO.
- Postigo, E. (22 de octubre de 2015). *Bioetica-web*. Obtenido de <http://www.bioeticaweb.com>: <http://www.bioeticaweb.com/concepto-de-bioactica-y-corrientes-actuales/>
- Presidencia de la República. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Quito: Presidencia de la República.
- Quintanilla, J. (2015). *Informe de Relaciones Públicas*. Cuenca.
- Razo Téllez, N., & Nefy, F. (2013). *Computación aplicada a la comunicación organizacional. La comunicación horizontal dentro de la empresa SABRITAS*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Routledge Encyclopedia of Philosophy. (2015). *'Applied Ethics'*. New York: Routledge.
- Sánchez, M. A. (2009). *Desarrollo de habilidades del pensamiento. Procesos básicos del pensamiento*. México: Trillas.



Secretaría de Gestión de Riesgos. (2016). *Secretaría de Gestión de Riesgos* .

Obtenido de <http://www.gestionderiesgos.gob.ec/objetivos/>

Sen, A. (2005). *La agenda ética pendiente de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

Serrano, P. (29 de junio de 2013). Ecuador aprueba la Ley Orgánica de Comunicación. *El Diario. es*.

Soria Romo, R. (2008). *Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la zona metropolitana de Guadalajara, México*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/432/Niveles%20y%20tipos%20de%20comunicacion%20en%20las%20organizaciones.htm>

Tamayo, J. (2004, p. 46). *Metodología de la investigación*. Valencia: Universidad de Valencia.

Vareal, J. (2009, p. 16). *Sociología de las instituciones*. Madrid: Morata.



Anexos

Anexo 1

Encuesta

Cuestionario

Indicado a: Personal del Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca (BCBVC).

Rapport: la siguiente encuesta busca su colaboración para el desarrollo de propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención, integrada desde un enfoque ético, para el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Cuenca. Su participación en esta investigación será totalmente anónima y la información que ofrezca se utilizará en beneficio de su entidad.

INFORMACIÓN GENERAL

Edad: _____ Tiempo en la institución: _____

Sexo: _____ Labor que desempeña: _____

PREGUNTAS

1. Marque con una (X) los valores que según usted caracterizan la labor de su institución.

SACRIFICIO	
TRANSPARENCIA	
SOLIDARIDAD	



ABNEGACIÓN	
COMPROMISO	
RESPETO	
OTROS	

2. ¿Qué importancia le concede a la comunicación desde su entidad, en función de la prevención?

MUY IMPORTANTE	
IMPORTANTE	
POCO IMPORTANTE	
NADA IMPORTANTE	

3. ¿Considera que deban hacerse un mayor número de campañas publicitarias en función de la prevención?

SI	
NO, YA SE HACEN SUFICIENTES	
NO SE	



4. ¿En su entidad se realizan acciones para promover valores éticos en las diferentes funciones que desempeña el personal que labora en el BCBVC?

SI	
A VECES	
NUNCA	

Si su respuesta fue si, enumere por favor la acción o acciones que se realizan:

5. ¿Conoce las políticas comunicacionales que rigen el flujo de información tanto interna como hacia el exterior en su institución?

SI	
NO	

Si su respuesta fue si, enumere por favor la acción o acciones que se realizan:

6. ¿Cree pertinente la interacción del BCBVC con la población a la que presta sus servicios?

MUY IMPORTANTE	
IMPORTANTE	
POCO IMPORTANTE	
NADA IMPORTANTE	



7. ¿Considera adecuados los servicios que presta el BCBVC a su comunidad?

MUY ADECUADOS	
ADECUADOS	
POCO ADECUADOS	
NADA ADECUADOS	

Justifique su respuesta anterior _____

8. ¿Tiene conocimiento de las normas éticas que debe tener en cuenta en su interacción con la población?

SI	
NO	

Si su respuesta fue si, enumere por favor la acción o acciones que se realizan: _____

-
9. ¿Qué percepción considera que tiene la comunidad del BCBVC?

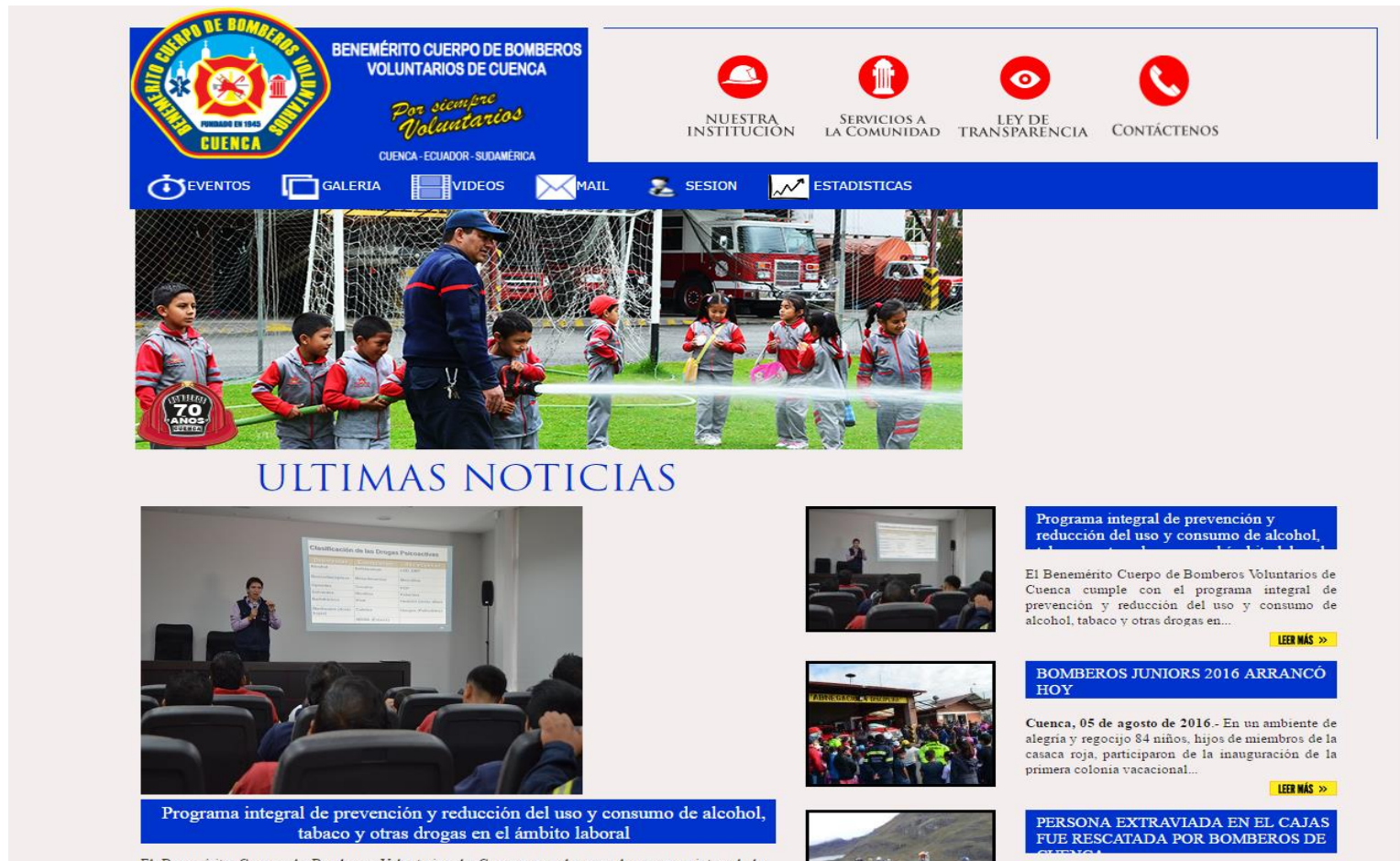
MUY BUENA	
BUENA	
MALA	
MUY MALA	

10. ¿Cree que la elaboración de una propuesta de comunicación institucional orientada a la prevención e integrada desde un enfoque ético, contribuiría a fortalecer la imagen que proyecta su entidad?

SI	
NO	
NO SE	



Anexo 2



Pantalla de la página web del BCBVC